



**Daniel Ferreira
Lemos**

A PortugalFoods: Caracterização e Atividades



**Daniel Ferreira
Lemos**

A PortugalFoods: Caracterização e Atividades

Relatório de estágio apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Economia, realizada sob a orientação científica do Doutor Egas Manuel da Silva Salgueiro, Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

O júri

Presidente

Prof. Doutora Marta Ferreira Dias

Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

Vogal

Prof. Doutor Egas Manuel da Silva Salgueiro

Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

Vogal

Prof. Doutor Helder Manuel Valente da Silva

Professor Auxiliar da Faculdade de Economia da Universidade do Porto

Agradecimentos

A todos que, direta ou indiretamente, tornaram este relatório tangível.

Prof. Doutor Egas Salgueiro, Maria Ferreira, António Lemos, Andreia Lemos, Álvaro Coutinho, Eugénio Neves e a toda a Equipa da PortugalFoods (Eng^a Ondina Afonso, Eng^a Isabel Oliveira, Dra. Isabel B. Cruz, João Carvalho, Pedro Ferreira, Bruno Vilaça, Cláudia Cruz, Carla Teixeira)

Palavras-chave

Estágio, Relatório, PortugalFoods, Sector Agro-Alimentar, Internacionalização, Inovação, Medidas de Concentração.

Resumo

O objetivo deste relatório de estágio é descrever a PortugalFoods e as atividades que aí desenvolvi. Apresenta-se uma sucinta revisão de literatura relacionada com a vertente de internacionalização e inovação que esta associação promove. Acessoriamente, procurou-se analisar o grau de concentração das empresas associadas à PortugalFoods. Foram usados diversos índices de concentração, tais como: os rácios de concentração, o índice de Herfindahl – Hirschman e o índice de Hall – Tideman.

Keywords

Trainee, Report, PortugalFoods, Agro-Food Sector, Internacionalisation, Innovation, Concentration Measures.

Abstract

The main goal of this report is to describe PortugalFoods and the activity performed in this association. A brief review of the literature related with internationalization and innovation is presented. Furthermore, the degree of concentration among the members of PortugalFoods was analysed by several measures, such as: concentration ratio, Herfindahl – Hirschman index and Hall – Tideman index.

Índice

Introdução	11
1 Apresentação da Associação	13
1.1 A PortugalFoods	13
1.2 Missão	13
1.3 Objetivos estratégicos	13
1.4 Localização	14
1.5 Organigrama	15
1.6 Departamentos: <i>Accounting & Finance, Members, Knowledge, Markets</i>	15
1.6.1 <i>Accounting & Finance Department - A&FD</i>	15
1.6.2 <i>Members Department</i>	16
1.6.3 <i>Knowledge Division</i>	16
1.6.4 <i>Markets Divison</i>	16
1.7 Associados	17
1.8 Localização dos Associados	18
1.9 PortugalFoods TV.....	19
2 Descrição das atividades desenvolvidas na PortugalFoods.....	19
3 Internacionalização e Inovação	24
3.1 Internacionalização	24
3.1.1 Vantagens da Internacionalização.....	25
3.1.2 Barreiras à internacionalização	26
3.2 Inovação	27
4 Índices de Concentração nas associadas da PortugalFoods: Objetivos e Metodologia, Índices de Concentração, Dados e Resultados	27
4.1 Objetivos e Metodologia.....	27
4.2 Índices de concentração	28
4.3 Dados	30
4.4 Resultados.....	30
4.5 Conclusões	37
5 Notas Finais	38
6 Referências Bibliográficas.....	39

Lista de símbolos e abreviaturas

AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

ANQ – Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional

A&FD – *Account & Finance Department*

CAE – Código das Atividades Económicas

CAGR – Taxa de Crescimento Anual Composta

DGERT – Direcção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho

ESCA – *European Secretariat for Cluster Analysis*

ESCTN – Entidade do Sistema Científico e Tecnológico Nacional

EU – União Europeia

FEADER – Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural

FEDER – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

FIPA – Federação das Indústrias Portuguesas Agroalimentar

FSE – Fundo Social Europeu

GPP – Gabinete de Planeamento e Políticas

I&DT – Investigação e Desenvolvimento Tecnológico

IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

IHH – Índice Herdindahl-Hirschman

IHT – Índice Hall – Tideman

KD – *Knowledge Division*

KG – Quilograma

MD – *Market Division*

MEI – Ministério da Economia e Inovação

MNE – Ministério dos Negócios Estrangeiros

NUTS II – Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

PIB – Produto Interno Bruto

PME – Pequenas e Médias Empresas

PP – Pontos Percentuais

PRODER - Programa de Desenvolvimento Rural

QREN – Quadro de Referência Estratégica Nacional

R&I – (*Research & Innovation*) – Pesquisa e Inovação

T – Índice de entropia de Theil

Lista de Ilustrações

Ilustração 1: Gold Label	13
Ilustração 2: Localização da PortugalFoods.....	14
Ilustração 3: Organigrama da PortugalFoods	15
Ilustração 4: Gráfico da evolução do nº de associados da PortugalFoods.....	18
Ilustração 5: Localização das empresas associadas	18
Ilustração 6: Plataforma Web da PortugalFoods TV	19
Ilustração 7: Plataforma que permite inserir os pedidos de pagamento	20
Ilustração 8: Comercio Internacional (Kg): Exportações/Importações de 2011 e 2014.....	22
Ilustração 9: Gráfico da balança comercial de Portugal por subclasse de produtos da indústria da carne para o ano 2011 e 2014.....	23
Ilustração 10: Tabela de eventos realizados pela PortugalFoods.....	41
Ilustração 11: Tabela descritiva das fileiras do setor agroalimentar.	42
Ilustração 12: Classificação Portuguesa das Atividades Económicas – Rev.3	45
Ilustração 13: Dados relativos às empresas do subsetor C-101: Abate de animais, preparação e conservação de carne e de produtos à base de carne	46
Ilustração 14: Dados relativos às empresas do subsetor C-102: Preparação e conservação de peixes, crustáceos e moluscos	46
Ilustração 15: Dados relativos às empresas do subsetor C-103: Preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas	47
Ilustração 16: Dados relativos às empresas do subsetor C-105: Indústria de lacticínios	47
Ilustração 17: Dados relativos às empresas do subsetor C-107: Fabricação de produtos de padaria e outros produtos à base de farinha	48
Ilustração 18: Dados relativos às empresas do subsetor C-108: Fabricação de outros produtos alimentares	48
Ilustração 19: Dados relativos às empresas do subsetor C-110: Indústria das bebidas	49
Ilustração 20: Dados relativos às empresas do subsetor G-463: Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos .	49
Ilustração 21: Tabela com o nome e site oficial dos Associados à data de 31 de Agosto de 2015	62
Ilustração 22: Empresas (N.º) por Atividade Económica (Classe - CAE Rev. 3)	63

Índice de Tabelas

Tabela 1: Quotas de mercado das empresas do grupo C-101	31
Tabela 2: Índices de concentração do grupo C-101	31
Tabela 3: Quotas de mercado das empresas do grupo C-102	31
Tabela 4: Índices de concentração do grupo C-102	32
Tabela 5: Quotas de mercado das empresas do grupo C-103	32
Tabela 6: Índices de concentração do grupo C-103	32
Tabela 7: Quotas de mercado das empresas do grupo C-105	33
Tabela 8: Índices de concentração do grupo C-105	33
Tabela 9: Quotas de mercado das empresas do grupo C-107	34
Tabela 10: Índices de concentração do grupo C-107	34
Tabela 11: Quotas de mercado das empresas do grupo C-108	34
Tabela 12: Índices de concentração do grupo C-108	35
Tabela 13: Quotas de mercado das empresas do grupo C-110	35
Tabela 14: Índices de concentração do grupo C-110	35
Tabela 15: Quotas de mercado das empresas do grupo G-463	36
Tabela 16: Índices de concentração do grupo G - 463	36

Introdução

Este relatório resulta do estágio curricular efetuado entre Março e Novembro de 2015 na PortugalFoods e integrado no Mestrado em Economia do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

A PortugalFoods é uma associação formada por empresas, por entidades do sistema científico e tecnológico nacional e por entidades regionais e nacionais que compõem o setor agroalimentar. A PortugalFoods visa a produção e partilha de conhecimento como suporte à inovação e à competitividade.

Após a crise de 2008 e o período de ajustamento que lhe seguiu, a economia Portuguesa tem vindo a mostrar alguns sinais de recuperação. Em 2014 o produto interno bruto (PIB), foi superior a € 173 000 milhões (preços correntes), superando 2013 em 2,2%. A taxa de desemprego em Portugal atingiu, no primeiro trimestre de 2013, um máximo histórico de 17,5%. Desde esse período, Portugal viu reduzir a sua taxa de desemprego em 5,6 pontos percentuais (pp), para o valor de 11,9% em 2015.

Os dados¹ mais recentes do INE, apontam para um abrandamento do volume de negócios das atividades económicas portuguesas de 9% entre 2010-2012, o que corresponde a um valor aproximado de € 30 000 milhões.

Contudo, o setor agroalimentar, que engloba atividades quer do setor primário (agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca) quer do setor secundário (indústria alimentar e das bebidas), apresentou uma taxa de crescimento para o biénio 2010-2012 de 6%² traduzindo um valor acima de € 1 000 milhões. Em virtude destes dados a agroindústria já é considerada a terceira maior indústria com maior relevância da economia Portuguesa.

Por outro lado, e não menos importante, temos também a taxa de cobertura das importações pelas exportações que indicam que a percentagem das compras ao estrangeiro é compensada pelas vendas do país, ao estrangeiro. Nesse sentido, o setor primário registou valores em 2012 de 32,9%³ o que indica que será necessário exportar mais para fazer face às importações. É neste setor que se deve incentivar as empresas para a criação de produtos inovadores bem como para a internacionalização, tornando-as assim mais competitivas face a outros países. O setor secundário apresentou valores mais satisfatórios, registando para o ano 2012, 73,7%⁴. Importa referir que o setor grande distribuição Portuguesa também contribuiu para os valores elevados no que respeita à importação de bens alimentares⁵.

A importância do setor agroalimentar e a relevância da PortugalFoods enquanto associação e marca chapéu do setor, tornaram este estágio uma experiência muito enriquecedora e potenciadora da minha futura atividade profissional.

O relatório está dividido em cinco capítulos. No primeiro capítulo encontra-se uma caracterização da PortugalFoods, missão, objetivos, organograma e associados.

¹ Fonte: INE, (2014)

² Fonte: INE, (2014)

³ Fonte: INE, (2014)

⁴ Fonte: INE, (2014)

⁵ Ver estratégia de Internacionalização do Setor Agroalimentar 2012-2017 pág. 268 em www.portugalfoods.org/pdf/Estrat%C3%A9gia_de_Internacionaliza%C3%A7%C3%A3o_do_Setor_Agroalimentar.pdf

O capítulo dois apresenta as atividades desenvolvidas na PortugalFoods. Tendo em conta as inúmeras tarefas realizadas ao longo do estágio, foram selecionadas apenas três tarefas: apoio na elaboração dos pedidos de pagamento no âmbito da gestão financeira de projetos financiados (COMPETE/QREN); apoio na organização geral da participação conjunta de empresas portuguesas numa feira internacional; atualização da estratégia de internacionalização da PortugalFoods 2012-2017.

No capítulo terceiro são introduzidos tópicos acerca da internacionalização e inovação, onde se apresentam as vantagens e barreiras que as empresas sentem ao internacionalizar as suas marcas. A Inovação será descrita segundo a ótica de alguns autores encontrados na literatura, dando suporte à importância das empresas criarem e inovarem os produtos para se tornarem mais competitivas.

No quarto capítulo foi analisado o poder de mercado no setor agroalimentar (em particular das associadas da PortugalFoods) segundo diversas medidas de concentração.

Por último, no quinto capítulo, foram apresentadas notas finais sobre o trabalho realizado.

1 Apresentação da Associação

1.1 A PortugalFoods

A PortugalFoods foi fundada em 2008. Estes sete anos de experiência permitiram que ganhasse bastante visibilidade no mercado nacional e internacional e se tornasse uma associação credível junto das empresas do setor.

Remontando ao final de 2008, a PortugalFoods surge através da junção de um conjunto de empresas de relevância do setor agroalimentar, de entidades do sistema científico e tecnológico nacional (ESCTN) assim como de entidades regionais e nacionais que representam os vários subsectores que compõe o setor. Não obstante a sua tenra idade, já em 2009, a PortugalFoods foi reconhecida pelo Ministério da Economia como Pólo de Competitividade e Tecnologia Agroalimentar. Como resultado de todo o trabalho que tem vindo a desenvolver junto do setor, a PortugalFoods, foi a primeira entidade portuguesa a receber da *European Secretariat for Cluster Analysis* (ESCA) o certificado *Gold Label of the European Cluster Excellence Initiative*, sendo este o mais elevado grau de distinção.



Ilustração 1: Gold Label

1.2 Missão

“A PortugalFoods tem como missão reforçar a competitividade das empresas do setor agroalimentar através do aumento do seu índice tecnológico, promovendo a produção, transferência, aplicação e valorização do conhecimento orientado para a inovação, bem como promover a internacionalização das empresas do setor através da sua capacitação para a internacionalização e na identificação de oportunidades”⁶.

1.3 Objetivos estratégicos

A associação serve como plataforma onde os associados estabelecem relações *win-win*, tendo como objetivo final a partilha de conhecimentos como suporte à inovação, à competitividade e à internacionalização do conhecimento, dos produtos e das empresas portuguesas.

A PortugalFoods definiu cinco objetivos estratégicos⁷ para ir de encontro à sua missão:

- a) “Impulsionar a aplicação prática do “conhecimento” através da promoção da transferência ativa desse conhecimento, identificando as competências chave nas

⁶ site oficial da PortugalFoods

⁷ site oficial da PortugalFoods

instituições do sistema científico nacional e internacional, e captando-o, trabalhando-o e adaptando-o à linguagem e às necessidades das empresas”;

- b) “Funcionar como um Observatório Nacional e Internacional, produzindo relatórios à medida das necessidades do Associado em específico e da Fileira em geral e, assim, estimular a inovação”;
- c) “Instituir uma verdadeira mentalidade de Fileira, através da promoção do diálogo e cooperação entre os diversos atores públicos e privados, reforçando as sinergias para a competitividade estratégica e criando vantagens competitivas que assegurem a sustentabilidade das empresas e potenciação do negócio”;
- d) “Promover a internacionalização das empresas do setor Agroalimentar através de um suporte ativo, seja na sua capacitação para a internacionalização, seja pela identificação e captação de oportunidades através do *Business Intelligence*⁸. Promover um ambiente favorável à criação e desenvolvimento de novas empresas de base tecnológica, assim como o emprego científico e altamente qualificado”;
- e) “Reforçar e desenvolver um ambiente favorável à criação e desenvolvimento de novas empresas de base tecnológica, assim como o emprego científico e altamente qualificado”.

1.4 Localização

A PortugalFoods, tem a sua sede situada no Tecmaia- Parque de Ciência e Tecnologia da Maia. Este parque aporta 73 entidades com origens diversas, sendo que, 42% são estrangeiras e 58% nacionais, das quais 8 % são locais. Este espaço auto intitula-se como “*the best place to work*”. Atualmente aqui trabalham cerca de 1472 pessoas que tornam o espaço vivo e dinâmico.



Ilustração 2: Localização da PortugalFoods.
Fonte: Google Maps

⁸ Processo de recolha e tratamento de informações que apoiam a gestão de um negócio.

1.5 Organigrama

O conselho de Administração da PortugalFoods é constituído por cinco empresas e duas entidades do Sistema Científico e Tecnológico Nacional (ESCTN), organizado por um Presidente, dois Vice-Presidentes e três Vogais. A estrutura é composta por quatro departamentos Operacionais, os quais, constituem um fator-chave para toda a dinamização do setor: *Members Department*; *Markets Division*; *Accounting & Finance Department* e *Knowledge Division*, em que todos estes departamentos reportam à Diretora Executiva. No que concerne ao conselho de Administração, este, responde diretamente a Direção Executiva e ao *Accounting & Finance Department*.

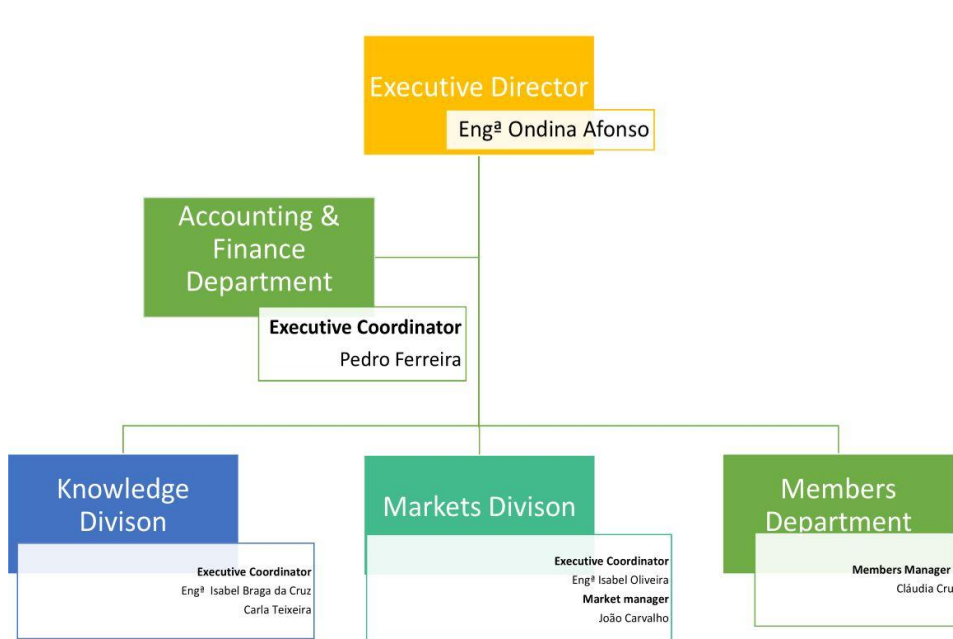


Ilustração 3: Organigrama da PortugalFoods
Fonte: Elaboração própria

1.6 Departamentos: *Accounting & Finance, Members, Knowledge, Markets*

1.6.1 *Accounting & Finance Department - A&FD*

Na PortugalFoods este Departamento concentra todas as tarefas ligadas à contabilidade e gestão financeira. Assim, compete a este departamento a gestão de todos os projetos em curso na PortugalFoods, bem como o controlo da sua execução financeira, controlo de objetivos e indicadores e a preparação e submissão de pedidos de reembolsos. No âmbito da gestão de projetos, é também do seu domínio a preparação e supervisão da submissão de novas candidaturas de projetos apoiados por fundos comunitários e a identificação de oportunidades neste âmbito.

Para além da gestão de projetos, o A&FD supervisiona os trabalhos de contabilidade, cujos serviços são contratados em regime de *outsourcing*. A gestão dos Recursos Humanos da entidade e a preparação de toda a documentação necessária para a apresentação dos Relatórios Anuais de Gestão, apresentação dos Planos anuais de atividades e orçamento bem como a organização das reuniões periódicas do Conselho Fiscal constituem tarefas executadas por este departamento.

1.6.2 Members Department

Este Departamento tem como principal objetivo captar novos associados para a PortugalFoods assim como dinamizar atividades junto dos associados.

Ainda, é da sua responsabilidade a dinamização do *site* oficial, com especial enfoque na atualização da lista dos associados, inserção de notícias relacionadas com a PortugalFoods, com os seus associados e também com o setor agroalimentar.

1.6.3 Knowledge Division⁹

Knowledge Division (KD) é a vertente da inovação que serve de veículo para a transferência de conhecimento credível no seio das empresas e entidades do sistema científico e tecnológico nacional e internacional. Para tal, este departamento conta com as seguintes atividades:

Observatório Internacional

Este departamento está munido de profissionais especializados que, através de estudos de mercado, disponibilizam informação para as empresas associadas sobre as tendências no que respeita ao lançamento de produtos alimentares num universo de 70 mercados diferentes.

Investigação e Desenvolvimento Tecnológico (I&DT)

A PortugalFoods é uma plataforma que dinamiza a I&DT junto das ESCTN e empresas, visando a promoção de parcerias.

Divulgação de resultados de projetos:

A PortugalFoods enquanto polo de competitividade e tecnologia agroalimentar tem como missão garantir que o conhecimento produzido pelas ESCTN chega às empresas. Nesse sentido faz parte do seu plano anual de atividades a divulgação de resultados de projetos com importância para todo o setor.

1.6.4 Markets Division¹⁰

O *Markets Division* (MD) é a vertente da internacionalização responsável por promover a competitividade junto das empresas. Este departamento prossegue um conjunto de ações que permite dar a conhecer ao mundo a qualidade dos produtos nacionais. O MD centra-se em dois eixos estratégicos. Enquanto suporte nacional, foca-se na organização e dinamização do setor, articulando com as diversas associações setoriais; o eixo de suporte internacional tem como principal objetivo promover a internacionalização das empresas do setor Agroalimentar identificando e captando oportunidades, pela organização de ações de promoção externa em mercados considerados estratégicos para o setor agroalimentar. Os formatos daquelas ações são variados, dependendo de cada mercado.

Feiras Internacionais

A PortugalFoods tem toda uma logística para fazer com que as empresas consigam expor

⁹ Toda a informação do *Knowledge Division* foi baseada no *site* oficial da PortugalFoods.

¹⁰ Toda a informação do *Markets Division* foi baseada no *site* oficial da PortugalFoods.

os seus produtos a nível internacional (reuniões bilaterais, visitas ao retalho e ações de *networking*)

Missões empresariais

Estas missões, pelas quais as empresas portuguesas se deslocam a outros mercados, têm como principal objetivo incitar relações entre fornecedores e potenciais clientes. Em geral é feito um tour pelos *retalhos* dos países a visitar e à *posteriori* são realizadas reuniões entre as partes interessadas.

Ações promocionais em cadeias de retalho internacionais

O conceito destas ações é permitir às empresas do setor dar a conhecer a qualidade dos seus produtos internacionalmente. Caso sejam aceites pelo mercado, abrem-se portas para o início das exportações.

Missões inversas

Ao contrário das missões empresariais, nas missões inversas é criado um conjunto de reuniões com possíveis exportadores interessados em colocar os seus produtos no mercado nacional.

A grande vantagem das participações nestas feiras reside na troca de contactos e informações que daí advém, visto que se reúnem pessoas com os mesmos interesses. Sem este veículo (PortugalFoods), as empresas teriam que despender de mais esforços para conseguirem obter os mesmos fins.

No Anexo A estão apresentadas todas as ações de internacionalização realizadas pela PortugalFoods desde o início da sua atividade, até à atualidade.

1.7 Associados

Atualmente a PortugalFoods conta com um crescimento contínuo de associados que ano após ano procuram apoio nas mais diversas vertentes.

Aquando da sua criação, no ano de 2009, a associação registou 26 associados entre empresas privadas e ESNTC. Nos anos seguintes de 2010 e 2011, a PortugalFoods viu crescer o seu número de associados em 14 empresas.

No que toca aos anos de 2012 e 2013 o número de novas empresas interessadas em fazer parte da associação totalizou as 35. Por sua vez, para o ano 2014 a PortugalFoods registou máximos históricos com 33 novos associados.

Até a data da elaboração deste relatório (Outubro de 2015) já estão registadas 21 empresas do setor agroalimentar, sendo de esperar que até ao final deste ano 2015 seja superado o máximo histórico, devido à criação de uma imagem de excelência e de qualidade dos produtos, marcas e empresas com elevada representatividade nos mercados internacionais.

Estes resultados advêm de um trabalho árduo e rigoroso por parte da equipa da PortugalFoods em conjunto com as empresas nacionais, para que os produtos Portugueses sejam reconhecidos internacionalmente pela frescura, qualidade e valores nutricionais. No gráfico abaixo está representado a evolução do nº de associados.

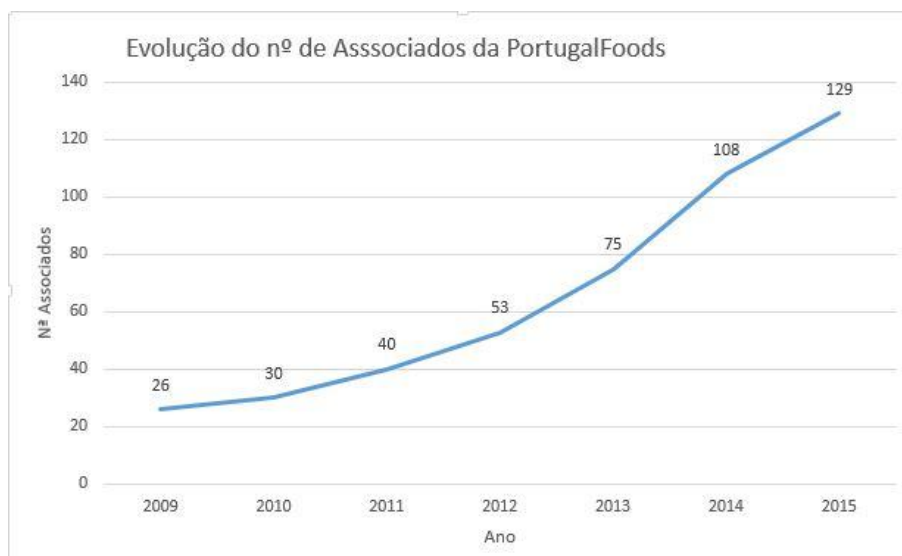


Ilustração 4: Gráfico da evolução do nº de associados da PortugalFoods
Fonte: Elaboração própria

1.8 Localização dos Associados

Atendendo à Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins estatísticos II (NUTS II), que divide Portugal em 7 unidades, das quais 5 no continente, somando-se os territórios das regiões autónomas dos Açores e da Madeira, podemos perceber através da imagem com o mapa de Portugal onde se concentram o maior número de empresas associadas à PortugalFoods.

Sendo assim, 73 empresas/ESCTN representam a região Norte apresentando o maior aglomerado com 56% do total de 129.

Segue-se a região centro com 33% das empresas associadas. As regiões de Lisboa, Alentejo e Algarve apresentam as menores fatias com 10, 4 e 1 associados, respetivamente.

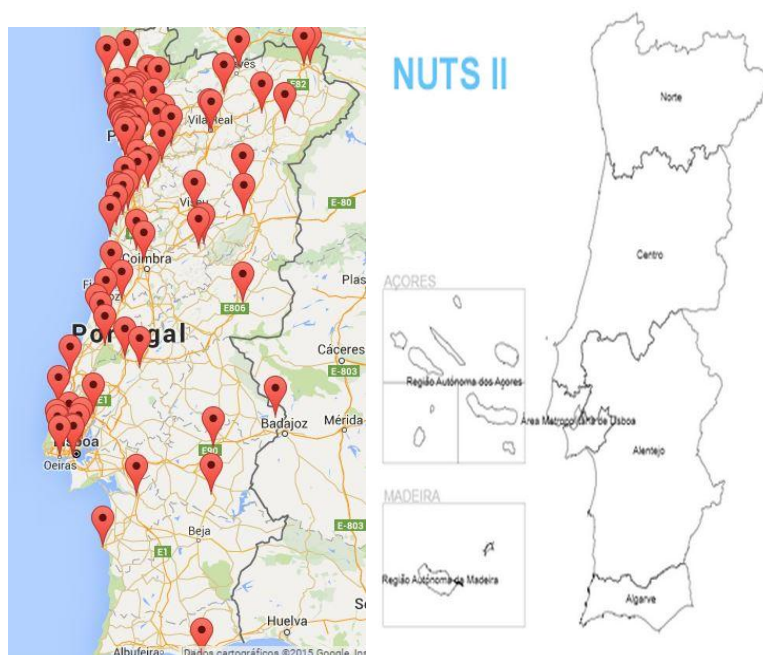


Ilustração 5: Localização das empresas associadas
Fonte: Site oficial do PORDATA

1.9 PortugalFoods TV

Para fazer uma cobertura total da grande parte dos eventos promovidos pela PortugalFoods, houve a necessidade da criação de uma plataforma onde possa dar a conhecer a inovação e internacionalização em Portugal e nos mercados externos.

Assim, em 2014 surge a PortugalFoods WebTV que através de rubricas quinzenais pretende apresentar as empresas, os seus produtos, tecnologias usadas, feiras e conferencias, bem como o que fazem as nossas universidades nesta área.

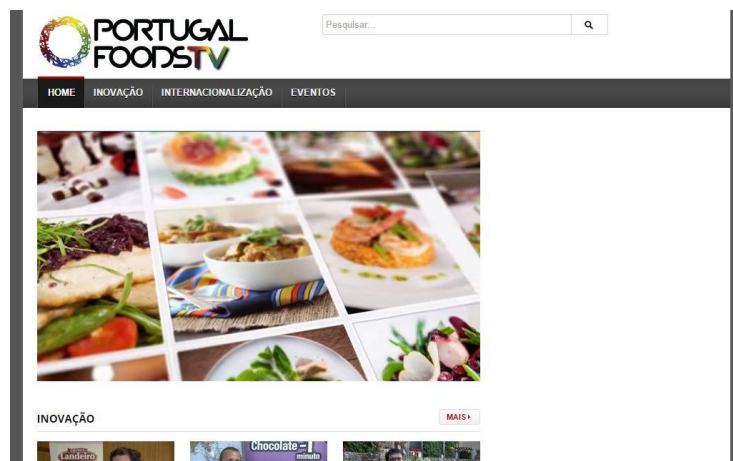


Ilustração 6: Plataforma Web da PortugalFoods TV
Fonte: Site oficial da PortugalFoods TV

2 Descrição das atividades desenvolvidas na PortugalFoods

Ao longo destes oito meses de estágio, foi-me dada a oportunidade de realizar as mais diversas tarefas no âmbito do *Account & Finance department* e do *Markets Division*. No geral, foi percecionada e relevada a importância destes dois “veículos” para o funcionamento da PortugalFoods.

Se, um organiza e dinamiza o mercado agroalimentar através da promoção externa, o outro, através de processos de gestão financeira, controla minuciosamente todos os fluxos monetários, para que, sendo uma associação sem fins lucrativos, não apresente défice financeiro, comprometendo assim a sua existência.

Pedido de Reembolso

As primeiras tarefas foram realizadas no A&FD, onde foi solicitado apoio na elaboração de pedidos de reembolso, junto das entidades intermédias do Ministério da Economia (ME), relacionados com execução orçamental dos projetos financiados e que serviram de suporte à promoção externa das empresas.

Assim, as empresas do setor agroalimentar para conseguirem internacionalizar as suas marcas, necessitam de investir em promoção externa, mas, por vezes, nem sempre existe disponibilidade financeira para o concretizar. Neste âmbito, o ME promove programas de incentivo e financiamento à internacionalização juntos dos vários setores da economia, com destaque para o setor agroalimentar.

Estes programas surgem através de “uma parceria entre Portugal e a Comissão Europeia que reúne a atuação dos cinco Fundos Europeus Estruturais e de Investimento – FEDER,

Fundo de Coesão, FSE, FEADER e FEAMP – no qual se define os princípios de programação que consagram a política de desenvolvimento económico, social e territorial para promover Portugal entre 2014 e 2020”. Os objetivos que incorporam o setor passam pelo “estímulo à produção de bens e serviços, incremento das exportações, transferência de resultados do sistema científico para o tecido produto. É com vista nestes pontos que a PortugalFoods submete os seus projetos conjuntos de internacionalização. Após a submissão das candidaturas dos projetos, os mesmos são analisados por técnicos competentes. Na complexa estrutura destes projetos está inserido um plano de investimento que terá que ser executado em pelo menos 75% do inicialmente previsto, para que no seu término não exista penalizações.

As rubricas constituintes do plano de investimento traduzem-se em despesas diretamente ligadas à implementação de uma ação específica.

São considerados três centros de custos possíveis para classificar uma fatura. As faturas podem ser contabilizadas na conta 625 do plano de contabilidade (SNC) que engloba deslocações, estadas e transportes das pessoas afetas ao projeto. Outra contabilização possível é a conta 626 – serviços diversos e esta contem faturas de rendas e alugueres, despesas de representação, comunicação, entre outras. Apenas estes dois centros de custos são elegíveis para pedido de reembolso. O terceiro centro de custo engloba todas as outras despesas que não estão contidas nos centros anteriores, e deste modo não são elegíveis para reembolso. O reembolso poderá ser feito de duas formas, intercalar ou final. Na forma intercalar as faturas são inseridas na plataforma ao longo do projeto. Caso a entidade que submeteu o projeto queira apenas o reembolso no final do projeto será denominado reembolso final. Abaixo apresenta-se a imagem da plataforma que é disponibilizada no *site* oficial do COMPETE/QREN.

*Ilustração 7: Plataforma que permite inserir os pedidos de pagamento
Fonte: QREN*

Organização de uma feira internacional

Com o crescimento do setor agroalimentar, houve necessidade de, ano após ano, aumentar a participação em certames tendo como principal objetivo promover os produtos nacionais junto de novos mercados. Devido à sua elevada complexidade de organização, foi

solicitado apoio na organização da feira internacional – ANUGA, Colonia, Alemanha.

O objetivo principal da participação de uma empresa em feiras internacionais prende-se com angariação de potenciais clientes através da troca de cartões de negócios e apresentação/degustação de produtos e negociação. Torna-se crucial perceber que apenas as feiras com maior visibilidade e reputação são promovidas pelas PortugalFoods junto das empresas nacionais. No Anexo A encontram-se listadas as feiras internacionais.

Como referido anteriormente, o processo de organização de uma feira requer muito tempo de preparação. Os colaboradores da PortugalFoods iniciam a sua preparação, em média, quatro a cinco meses antes da data de início da feira. Por outro lado, a duração média das feiras situa-se nos três dias e decorrem maioritariamente durante o fim-de-semana.

Inicialmente as empresas associadas à PortugalFoods são informadas da abertura das inscrições para participar no certame. Também as próprias associadas podem aceder ao *site* oficial da PortugalFoods para consulta de datas dos eventos que irão ser realizados para o ano corrente.

Após a inscrição das empresas, é necessário solicitar orçamentos para viagem, estadias e transporte das mercadorias que serão expostas durante o evento.

Para cada feira é redigido três dossiês, um de mercado, um de produto e um de participação. Cabe ao dossier de mercado retratar todo o contexto micro e macroeconómico do país onde será realizado o evento. São abordados indicadores como o PIB, densidade populacional e outros, permitindo assim elucidar as empresas das oportunidades nesse mercado.

Com o dossier de produto as empresas participantes têm disponível *Intelligence*¹¹ no que respeita ao comportamento da categoria de produto onde operam, podendo com isto terem uma postura de abordagem ao mercado mais pró-ativa.

Por fim o dossier de participação foca os diversos aspetos relacionados com toda a logística de participação, tal como informação sobre voos, hotel, local da feira, programação das atividades a serem realizadas.

Estratégia de internacionalização da PortugalFoods 2012-2017 - atualização

No ano de 2012 a PortugalFoods em parceria com a PricewaterhouseCooper – PwC, AICEP e o Gabinete de Planeamento e Políticas (GPP) responderam ao desafio lançado pelo Ministério da Agricultura, para a construção de uma estratégia coletiva de suporte à internacionalização do setor agroalimentar de 2012 a 2017. Para este período foram definidos objetivos setoriais, por produto e foram identificados eixos estratégicos a implementar, dimensões de atuação e taxa de crescimento anual composta (CAGR). Para o estudo procedeu-se a uma segmentação da fileira por categoria de produto¹² com incidência nos produtos mais representativos do setor agroalimentar. Através de dados do setor, foi feita uma avaliação analítica sobre a relevância de cada subsector dentro do setor agroalimentar. Isto permitiu, não só, analisar a evolução do comércio internacional mas também aferir o impacto na balança comercial. De igual modo foi apurado o grau de autoaprovisionamento para os vários subsectores alvo e também se obteve o grau de dependência de Portugal relativamente ao exterior e a necessidade de importação *versus* a

¹¹ Cada empresa tem um dossier personalizado onde reúne toda a informação acerca do seu sector.

¹² Ver Anexo C

sua orientação exportadora.

Por fim, é importante referir a importância do índice de vantagem comparativa neste estudo, permitindo assim, avaliar a capacidade competitiva de Portugal nos mercados internacionais.

Após uma leitura cuidadosa da estratégia de internacionalização do setor agroalimentar, e já passados três anos após o seu término, foi proposta uma atualização no sentido de verificar a evolução das exportações face ao inicialmente projetado. Estas projeções tiveram por base um conjunto de medidas sugeridas que poderão ser consultadas na estratégia de internacionalização do setor agroalimentar 2012-2017.¹³ Devido à sua extensão, apenas foi considerada a indústria das carnes e produtos cárneos, por se revelar de elevada importância no total da indústria agroalimentar, sendo constituída pelos seguintes produtos: carnes de suíno, carnes e miudezas, carnes de animais de espécie bovina congeladas, carnes de animais da espécie bovina frescas ou refrigeradas, carne de ovino e caprino, miudezas comestíveis, toucinho, enchidos e semelhantes, preparações e conservas de carnes, de miudezas ou de sangue e carnes de aves.

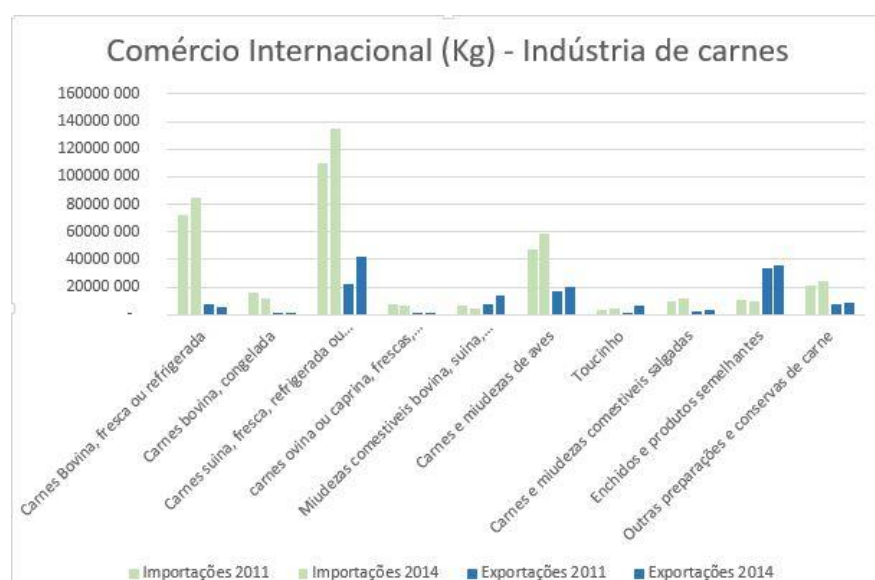


Ilustração 8: Comércio Internacional (Kg): Exportações/Importações de 2011 e 2014
Fonte: INE, (2015)

O gráfico acima apresentado, traduz o comércio internacional, em quilogramas (Kg), para a indústria de carnes entre o período 2011-2014. Podemos constatar que 60% dos produtos analisados apresentaram, em valor, um crescimento nas importações. As exportações em valor também aumentaram em 90% dos produtos em análise, destacando-se as carnes suínas, frescas, refrigeradas ou congeladas.

A balança comercial, gráfico abaixo, evidencia a diferença entre as exportações e as importações. Verificou-se que apenas 20% dos produtos apresentaram valores negativos, facto assinalável num subsector com elevada dependência das importações.

¹³ Ver estratégia de Internacionalização do Sector Agroalimentar 2012-2017, Anexo IV em www.portugalfoods.org/pdf/Estrat%C3%A9gia_de_Internacionaliza%C3%A7%C3%A3o_do_Setor_Agroalimentar.pdf

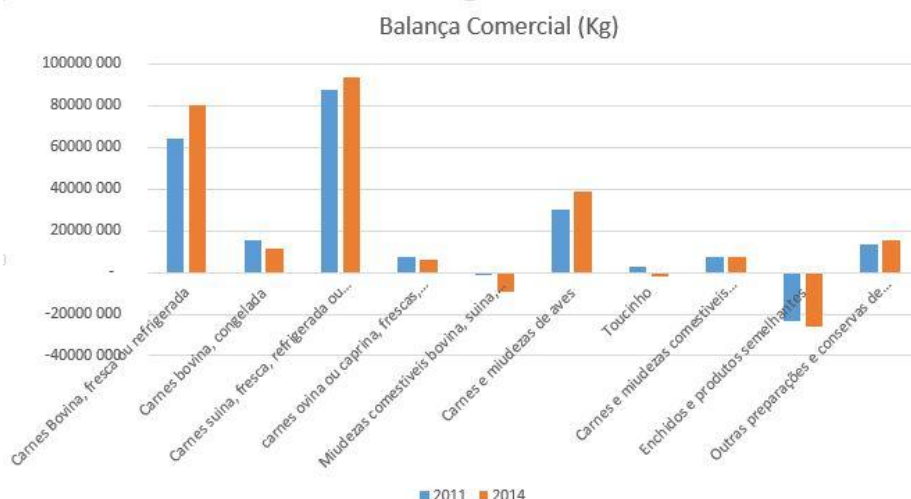


Ilustração 9: Gráfico da balança comercial de Portugal por subclasse de produtos da indústria da carne para o ano 2011 e 2014
Fonte: INE, (2015)

Segundo a estratégia de internacionalização do setor agroalimentar 2012-2017 é expectável que as exportações da indústria das carnes apresentem um CAGR de 5%.

Para a atualização do CAGR em 2014 foi considerado o valor das exportações de 2012 e de 2014, aplicando a seguinte fórmula,

$$CAGR = \left(\frac{V_{exp2014}}{V_{exp2012}} \right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

onde o Vexp 2012 corresponde ao valor das exportações no ano 2012, o Vexp 2014 ao valor das exportações no ano 2014 e o n corresponde ao número de anos da amostra em estudo.

O Valor das exportações para o ano de 2012 e 2014 foi de €299 859 202 e €372 618 323, respetivamente.

Através do cálculo da fórmula, obteve-se um CAGR de 7,5% traduzindo-se num crescimento médio anual acima do esperado. Podemos assim inferir que as estratégias¹⁴ estão alinhadas com os objetivos previamente apresentados.

Criação de uma nova empresa

Desde a sua constituição, a PortugalFoods tem identificado a inexistência de empresas que prestem serviços de consultoria especializada no âmbito da internacionalização do setor agroalimentar. Por esse motivo, foi idealizada a constituição de uma entidade, independente da PortugalFoods mas com a sua participação, que auxiliasse as empresas do setor na elaboração de estudos, planos de negócios, submissão de projetos aos programas de apoio dos fundos comunitários europeus e outros serviços de consultoria especializada no âmbito da internacionalização.

A criação de uma nova entidade permitiria, para além da criação de novos postos de trabalho, ultrapassar os condicionalismos da PortugalFoods, enquanto entidade sem fins

¹⁴ Ver estratégia de Internacionalização do Sector Agroalimentar 2012-2017, pág. 165 em www.portugalfoods.org/pdf/Estrat%C3%A9gia_de_Internacionaliza%C3%A7%C3%A3o_do_Sector_Agroalimentar.pdf

lucrativos, diversificando as suas fontes de receita e potenciando o seu negócio e crescimento.

Contudo, após uma reunião com a entidade Abreu & Associados – Sociedade de Advogados para enquadramento de todas as questões legais que envolveriam a constituição de uma nova entidade e depois de apresentado esse enquadramento ao Conselho de Administração, constatou-se que o modelo de gestão inicialmente projetado e a constituição de uma nova entidade não seria viável, em virtude da natureza associativa da PortugalFoods e das dificuldades em constituir um modelo de gestão independente da gestão da PortugalFoods.

A dificuldade na decisão de como seriam constituídos os Órgãos Sociais da nova entidade, como seria implementado o seu modelo de gestão e quem seriam os seus responsáveis impossibilitou o prosseguimento dos trabalhos. A estes circunstancialismos, acresce o facto de, por limitações legais no âmbito do Programa Portugal2020, não serem possíveis as trocas de serviços entre as duas entidades (PortugalFoods e nova entidade) pelo facto de possuírem Órgãos Sociais comuns.

3 Internacionalização e Inovação

3.1 Internacionalização

Com a instabilidade sentida desde finais de 2008, as empresas da indústria agroalimentar tem sentido necessidade, de procurar novos mercados. Sendo este um dos setores económicos com maior peso na indústria portuguesa, é de todo o interesse combater quaisquer riscos que possam pôr em causa a viabilidade das empresas.

Assim, as empresas recorrem a serviços especializados com o objetivo de penetração em novos mercados, permitindo aumentar o seu volume de negócios e assim beneficiar de economias de escala.

A internacionalização não pode ser confundida com a globalização, esta última, na perspetiva de Nádía Teresa do Santos, (2011) é um “conjunto de processos que torna possível a conceção, desenvolvimento, produção, distribuição e consumo de processos, produtos e serviços à escala mundial, utilizando instrumentos organizados e tornados acessíveis numa base também mundial (como patentes, bases de dados, novas tecnologias e infraestruturas de informação, comunicação e transporte) que funciona para satisfazer os diversificados e crescentes mercados globais regulados por normalizações e estandardizações “quase universais”, que se funda em organizações (redes de firmas) ”.

São inúmeras as definições encontradas acerca da temática internacionalização. Segundo a mesma autora, Nádía Teresa do Santos, (2011) “é um ato de gestão cuja decisão tende a ser das mais complexas e difíceis de tomar, consistindo num processo crescente e continuado de envolvimento de uma empresa nas operações com outros países fora da sua base de origem”. Calof & Beamish, (1995) descrevem que a internacionalização tem sido largamente usada para descrever os movimentos das operações internacionais das empresas. O termo “*internacionalização*”, atendendo aos mesmos autores, pode ser aplicado a uma variedade de elementos organizacionais tais como, estratégia, estrutura organizacional e produtos.

Ao longo da última década, têm surgido inúmeros programas cofinanciados pelo Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER), Fundo Europeu de

Desenvolvimento Regional (FEDER), Fundo Social Europeu (FSE), Programa de Desenvolvimento Rural (PRODER), Quadro de Referência Estratégica Nacional (QREN) e o mais recente COMPETE 2020, que através de apoios financeiros pretendem estimular a internacionalização do setor agroalimentar.

Para além destes apoios financeiros, foram criadas entidades tais como a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI), PortugalFoods, Federação das Indústrias Portuguesas Agroalimentar (FIPA), entre outras, cujo objetivo comum é ajudar as empresas a expandir o seu negócio a nível nacional e internacional. Os processos são amplamente acompanhados por estratégias previamente planeadas que visam “conhecer mercados através do mapeamento de empresas internacionais, desenvolver a força de vendas externa, construir redes de aliados com subsidiárias de Portugal, aumentar a criação de novas empresas orientadas para o mercado internacional, acelerar o financiamento à inovação, criar e participar em iniciativas que contribuam para fomentar nos mercados externos uma imagem de Portugal como sendo um país atrativo e inovador, permitir a promoção e acesso de informação facilmente utilizada sobre licenciamentos, redes de universidades, parques tecnológicos e incubadoras com o objetivo de atrair empreendedores estrangeiros e procurar investidores internacionais em polos de atração para projetos de acolhimento de empresas inovadoras” (Afonso, 2013)

3.1.1 Vantagens da Internacionalização

Nos dias que correm, as empresas percebem que para se tornarem mais competitivas terão como imperativo internacionalizar os bens ou serviços que produzem. Isto porque, segundo Hansson & Hedin, (2007), o mercado interno poderá estar saturado e existirem no mercado externo recursos estratégicos a serem explorados. Mas, para uma empresa se internacionalizar, terá de mudar a sua mentalidade face a mercados que são cada vez mais exigentes.

Segundo estes autores, Dunning (1993) introduziu um modelo de motivos de internacionalização incluindo quatro categorias diferentes. A categoria da procura de novos mercados evidencia as empresas que se focam num país ou região particular com a intenção de fornecer produtos e serviços, as empresas veem nessas localizações um possível crescimento do mercado, onde poderão gerar lucros. Na categoria de procura de recursos as empresas exploram o mercado externo com o objetivo de obter recursos. Estes recursos são obtidos a preços baixos e competitivos ou simplesmente porque não existem nos mercados internos e são essenciais para a produção.

A procura pela eficiência constitui a terceira categoria do modelo. Nesta categoria as empresas apresentam uma experiência vasta e diversificada nos mercados externos. A grande vantagem de fazer parte desta categoria é a possibilidade de beneficiar de uma economia de escala e racionalizar as estruturas de investimentos com a intenção de baixar o valor dos impostos a pagar. Hansson & Hedin, (2007) defende ainda que atuando em diversos países a procura pela eficiência pode fazer baixar o conjunto dos impostos. A quarta categoria foca-se na procura de recursos estratégicos. Esta categoria é intangível e lida com as competências e tecnologias das empresas. Exemplos disso são as patentes, o conhecimento, as competências dos empregados.

Por fim, Hansson & Hedin, (2007) adicionaram uma nova categoria que consideram importante e que lhe deram o nome de “rede de contactos”. Consideram que a relação e

colaboração com outras empresas do mercado externo podem trazer elevados benefícios. Contactos pessoais, a relação fornecedor – cliente e outros tipos de relações baseados no ganho mútuo e na confiança, são exemplos apresentados pelos autores.

3.1.2 Barreiras à internacionalização

Existem vários estudos que enumeram as principais dificuldades que as empresas enfrentam quando pensam em exportar para determinado mercado internacional.

Quando uma empresa pensa em internacionalizar os seus produtos ou serviços, terá de ter presente a existência de barreiras à entrada, que por vezes se torna o maior problema a ultrapassar. Estas barreiras são classificadas, segundo o Ministério da Agricultura Desenvolvimento Regional e Pescas, (2010), como barreiras alfandegárias (direitos aduaneiros), de redução progressiva, e as barreiras não alfandegárias. As barreiras não alfandegárias verificam-se nos mercados de países emergentes, embora exista de igual forma noutros países como Austrália, Canadá e EUA. Outro estudo realizado por Hutchinson, Fleck, & Lloyd-Reason, (2009), com o propósito de investigar as barreiras iniciais para a internacionalização das PME's no retalho no Reino Unido, definem dois conjuntos de fatores diferentes: fatores internos e externos às empresas. Englobam no ambiente externo fatores tais como: legislação, mercado cambial, diferenças culturais, bem como os processos logísticos.

Por sua vez, Hutchinson, Fleck, & Lloyd-Reason, (2009) apontaram lacunas como: a falta de recursos, falta da consolidação do mercado doméstico e ausência de visão, bem como do conhecimento, como os fatores internos que mais dificultam às empresas a entrada de novos mercados. Atendendo ao acima descrito, compreende-se as dificuldades que as empresas têm de ultrapassar para que sejam bem sucedidas nos processos de internacionalização.

No nosso país, as barreiras sentidas pelas empresas exportadoras no setor agroalimentar têm sido identificadas e alvo de estudo por parte do Ministério dos Negócios Estrangeiros (MNE), Ministério da Economia e Inovação (MEI), conforme o Ministério da Agricultura Desenvolvimento Regional e Pescas, (2010).

No que toca ao caso de estudo da PortugalFoods e nas palavras da Diretora Executiva, esta salienta que “No caso específico do setor agroalimentar, e no que respeita à exportação de produtos alimentares para países terceiros, isto é, fora da comunidade europeia, é necessário abrir um processo de habilitação de Portugal junto do país para onde se pretende exportar, de modo a que as autoridades desse país reconheçam que Portugal e as suas empresas respeitam um conjunto de regras de higiene e segurança alimentar. Só depois desta fase é que as empresas podem iniciar o seu processo de exportação. Em concreto, as entidades intermédias, Ministério da Agricultura e do Mar, como a Direção Geral de Alimentação e Veterinária, são responsáveis pelos processos de abertura de mercados no caso dos produtos de origem vegetal e animal. De facto, existe um trabalho conjunto entre a diplomacia portuguesa e as entidades intermédias que, numa primeira fase, abrem os mercados para a exportação de produtos alimentares, sendo que caberá às empresas respeitarem as normas exigidas pelos seus clientes”.

3.2 Inovação

Para as empresas manterem uma vantagem competitiva têm que inovar constantemente. A literatura existente salienta que a inovação está intimamente associada ao sucesso das empresas (“não inovar é morrer”).

No relatório de Jong & Marsili, (2004), onde os autores pretendem demonstrar a forma como as empresas inovam, a inovação é descrita como sendo a principal fonte de competição entre as empresas.

Segundo o Inventta¹⁵, a inovação é a “exploração com sucesso de novas ideias”. Este sucesso pode-se repercutir tanto ao nível da faturação, como no acesso a novos mercados ou no aumento das margens de lucros. A inovação mais frequente ocorre ao nível dos produtos e processos e são conhecidas como inovações tecnológicas. Porém, existem outros tipos de inovações, quer ao nível de novos mercados, modelos de negócios ou métodos organizacionais.

Por outro lado, Hart, (2011) considera que a inovação é relevante se criar valor para os consumidores e por consequência para as empresas. A criação de um produto novo *per si* não é suficiente e são os consumidores que decidem se o investimento na inovação valeu a pena. Deste modo, será bastante importante que a inovação seja realizada com especial cuidado em todos os aspetos do negócio. Por exemplo, o sucesso/viabilidade de um bom produto poderá ficar irremediavelmente comprometido se os canais de distribuição falharem. Portanto quando uma empresa ambiciona inovar tem que considerar todas as dimensões do negócio. Em consonância com o Inventta, Hart (2011) apresenta várias dimensões de inovações de negócios. Inovar através da criação de novos produtos e serviços que são valorizados pelos consumidores (ofertas), criar soluções integradas e ofertas personalizadas que resolvam os problemas dos consumidores (soluções), identificar segmentos de consumidores insatisfeitos (consumidores), redesenhar as interações com os clientes e todos os momentos de contacto (experiência do consumidor), redefinir como a empresa é paga ou criar um fluxo de receitas inovador (captação de valor), redesenhar os processos operacionais para melhorar a eficiência e a eficácia (processos), mudar o âmbito da atividade da empresa (organização), criar novos canais de distribuição ou inovar nos pontos presentes, incluindo os lugares onde os produtos podem ser comprados ou usados pelos consumidores (presença), bem como a criação de redes de contactos inteligentes (*networking*).

4 Índices de Concentração nas associadas da PortugalFoods: Objetivos e Metodologia, Índices de Concentração, Dados e Resultados

4.1 Objetivos e Metodologia

Neste capítulo pretende-se analisar o grau de concentração entre os associados da PortugalFoods, agrupados segundo o código das Atividades Económicas Portuguesas (CAE – Rev.3) a 1 letra e 3 dígitos. Para que os resultados sejam mais conclusivos, foram

¹⁵ O Grupo Instituto Inovação considera-se pioneiro em inovação no Brasil e América do Sul e é constituído pelas seguintes entidades: Inventta, Inseed Investimentos [gestora dos Fundos Criatec e INSEED FIMA (Fundo de Inovação para o Meio Ambiente)], Ecovec (biotecnologia e bioinformática para vigilância epidemiológica) e a TroposLab (focada na educação e na cultura para a inovação)

considerados os grupos que continham no mínimo cinco empresas associadas à PortugalFoods.

No presente estudo foram utilizadas as seguintes medidas de concentração: Rácio de concentração (Cr_1, Cr_2, Cr_3 e Cr_5), Herfindahl-Hirschman (IHH), Hall-Tideman (IHT). Para efeitos de cálculo foi utilizada a variável “volume de negócios”.

O grau de concentração encontrado é um indicador da forma como o “poder” está dividido na PortugalFoods: baixa concentração indicará grande repartição de poder e uma atividade associativa mais focada na promoção das PME's; alta concentração poderá indicar o contrário.

4.2 Índices de concentração

Através de uma pesquisa bibliográfica concluiu-se que não tinham sido elaborados estudos sobre o índice de concentração para o setor agroalimentar português.

Segundo Resende, (1994), os índices de concentração permitem determinar a estrutura de mercado de uma indústria ou grupo económico. Os índices de concentração podem ser classificados segundo dois grupos, parcial ou sumários, atendendo à utilização dos dados de uma amostra, Resende, (1994). Caso sejam usados apenas uma parte dos dados é denominado de parcial. Se, por outro lado, a análise do índice considera toda a informação da amostra é denominado sumário. Fazem parte do primeiro índice os rácios de concentração e do segundo índices como Herfindahl-Hirschman e Hall-Tideman.

É crucial complementar a análise através dos diversos índices de concentração, uma vez que estes tentam resumir um conceito com múltiplas dimensões.

Inúmeras análises foram já realizadas para diversos setores, desde o setor da saúde, até ao bancário.

Felipe, Ribeiro, Matheus, & Uem, (1994) estudaram o sistema financeiro brasileiro, tendo constatado uma mudança na sua estrutura, com perda de peso do setor público e aumento do peso do setor privado, principalmente com a entrada de bancos estrangeiros.

As medidas de concentração também foram usadas por Armando do Carmo Gonçalves, (2009) para analisar de forma “empírica sobre o fenómeno da concentração do mercado de revisão/auditoria em Portugal, no âmbito do mercado de capitais, no decénio 1997-2006, na perspetiva da qualidade e da credibilidade da informação financeira divulgada como indutor da competitividade do mercado”.

Mueller & Raunig, (1999) procuraram explicar a taxa de lucro de longo prazo projetada para uma indústria usando medidas de concentração.

Numa outra perspetiva, Silva, (2011), Marginean e Toma, (2011), analisaram através das vendas e do número de empregados a concentração para vários setores económicos (5 a 20 maiores empresas) na Roménia para o período de 1996 a 2004.

Para o estudo do nível de concentração para os diversos grupos de empresas, é importante definir à partida as quotas de mercado das empresas que compõe a amostra. O volume de negócios é o indicador mais utilizado em estudos de concentração no contexto internacional.

Assumindo X_i como sendo o volume de negócios, pode-se determinar a dimensão relativa ou parcial de cada empresa i no universo de N empresas. A seguinte fórmula, dá-nos a

quota da i -ésima empresa dado por P_i .

$$a_i = \frac{X_i}{\sum_{j=1}^N X_j}$$

As medidas de concentração usadas com mais frequência na literatura são a taxa de concentração de mercado ou rácio de concentração das K maiores empresas (Cr_k) e o índice de Herfindahl-Hirschman.

De acordo com Armando do Carmo Gonçalves, (2009), Byrns e Stone definiram o rácio de concentração (Cr) como sendo a “percentagem de vendas, produção ou ativos, em relação ao total do setor ou mercado, atribuído a uma, a duas, a três ou quatro das maiores empresas, muito embora qualquer número de empresas possa ser adotado para efeitos de cálculo”. Ou seja, nada mais é do que o “somatório das K maiores empresas, sendo assim classificado como um índice de concentração parcial, visto que relaciona apenas as parcelas de mercado das empresas líderes”.

O rácio de concentração pode ser expresso da seguinte forma:

$$Cr_k = \sum_{i=1}^K a_i$$

sendo K o número das maiores empresas do mercado. O intervalo situa-se entre $0 \leq Rc_k \leq 1$ e $\sum Rc_k = 1$, aproximando-se de 0 para um número expressivo de empresas, caso de concorrência perfeita, e 1 para o caso de monopólio, onde impera uma indústria altamente concentrada.

Não obstante a facilidade de cálculo dos rácios de concentração bem como a sua aplicabilidade, Resende, (1994) evidencia algumas limitações na sua utilização: as m maiores empresas num período em estudo, podem não ser as mesmas noutro período e as fusões que ocorrem dentro dos grupos não são consideradas.

Segundo o mesmo autor, estas limitações podem ser solucionadas através da utilização de índices sumários.

O índice de IHH apresenta-se como um índice sumário, uma vez que na sua fórmula de cálculo inclui todas as empresas, independentemente do tamanho:

$$IHH_k = \sum_{i=1}^N a_i^2$$

onde a_i é a participação ou quota de mercado de cada empresa. Este índice atribui maior peso às empresas maiores e por consequente, o valor do índice diminui quando o número de empresas do mercado aumenta ou quando o tamanho das empresas se torna mais uniforme. IHH pode tomar valores entre $\frac{1}{n} \leq IHH \leq 1$, sendo que um valor igual a 1 indica caso de monopólio e em contrapartida valores próximos de 0 corresponde a uma situação de concorrência perfeita. Segundo Armando do Carmo Gonçalves, (2009) caso o valor do IHH se encontre abaixo da 0,1 ou superior a 0,20 o mercado não é ou é concentrado, respetivamente. Valores dentro do intervalo apresentado anteriormente indica que a concentração é baixa.

Segundo Felipe et al., (1994), outro índice pode ser aplicado para análise de concentração

das indústrias. O índice Hall-Tideman, tem em consideração a dispersão relativa e a magnitude absoluta, sendo mais apropriada para mercados de cartel, ou seja, para mercados cujas empresas têm atividades concorrentes com vista a restringir a concorrência e assim obter um controlo mais eficaz do respetivo mercado. Este índice considera a posição de cada empresa no ranking. Segundo Foldvary, (2006), Hall and Tideman, (1967, p.166) definiram o índice de concentração da seguinte forma:

$$IHT = \frac{1}{2 \sum i a_i - 1}$$

onde a_i representa a quota de mercado e i representa a ordenação do tamanho das empresas, desde a maior ($i = 1$).

O valor do índice varia entre $\frac{1}{n} \leq IHT \leq 1$, aproximando-se de $\frac{1}{n}$ no caso de concorrência perfeita e tendendo para 1 no caso de monopólio.

4.3 Dados

Para a elaboração deste estudo foram consideradas as empresas¹⁶ associadas da PortugalFoods. Estas foram organizadas por grupos de atividades económicas (CAE – Rev. 3) e ordenadas de forma decrescente segundo o volume de negócios. Foi ainda considerado para o estudo o valor total do volume de negócios¹⁷ de cada grupo.

Os cálculos dos índices de concentração foram efetuados com o recurso ao *excel*, e as suas fórmulas foram calculadas tendo em conta o volume de negócios, das empresas para o período de 2010-2013. No Anexo D, pode ser consultada a tabela onde estão apresentadas rubricas como: vendas e serviços prestados, exportações e importações, em valor absoluto e em percentagem, bem como o número de empregados das empresas em estudo e para o período referido anteriormente.

Por confidencialidade, foi omitido o nome das empresas e substituídas por numeração. Contudo, todos os dados que daí advém são reais.

4.4 Resultados

Para melhor compreensão, os valores resultantes do cálculo das medidas de concentração serão apresentados abaixo, sob a forma de tabelas.

C - Indústrias transformadoras

A Divisão C do CAE – Rev. 3 alberga todas as empresas transformadoras da indústria Portuguesa.

C-101 - Abate de animais, preparação e conservação de carne e de produtos à base de carne

¹⁶ Ver Anexo E

¹⁷ Ver Anexo D

EMPRESA	QUOTA			
	2010	2011	2012	2013
1	43,42%	35,78%	34,55%	34,80%
2	23,17%	22,13%	25,21%	24,80%
3	12,79%	10,58%	9,33%	8,57%
4	6,87%	8,28%	7,57%	7,22%
5	6,67%	7,08%	7,24%	7,07%
6	3,48%	6,44%	6,64%	6,91%
7	1,98%	6,00%	6,09%	6,87%
8	1,64%	1,88%	1,94%	2,20%
9	0,02%	1,83%	1,42%	1,55%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabela 1: Quotas de mercado das empresas do grupo C-101

Fonte: Elaboração própria

ÍNDICE CONCENTRAÇÃO	ANO				VARIÇÃO (2010-2013)
	2010	2011	2012	2013	
Cr1	0,4342	0,3578	0,3455	0,3480	-20,42%
Cr2	0,6659	0,5791	0,5976	0,5960	-10,25%
Cr3	0,7938	0,6849	0,6910	0,6817	-12,95%
Cr5	0,9291	0,8385	0,8391	0,8247	-9,69%
IHH	0,2696	0,2085	0,2113	0,2104	-21,61%
IHT	0,2675	0,2062	0,2081	0,2037	-23,87%

Tabela 2: Índices de concentração do grupo C-101

Fonte: Elaboração própria

O rácio de concentração para a empresa líder diminuiu entre 2010-2013 o que se traduz numa perda de quota de mercado de aproximadamente 20%. Quando se adicionaram empresas no cálculo dos rácios de concentração (Cr_2 , Cr_3 e Cr_5) verificou-se uma diminuição do seu valor. Valores muito próximos de 1 indicam que estamos perante um grupo com elevado grau de concentração, como se verificou em Cr_5 , 0,82 em 2013.

Na tabela 2 aferiu-se que o IHH e o IHT apresentaram valores inferiores aos rácios de concentração, mas ainda assim considerou-se que o grupo teve um grau de concentração moderado.

C-102 - Preparação e conservação de peixes, crustáceos e moluscos

EMPRESA	QUOTA			
	2010	2011	2012	2013
1	43,31%	43,22%	37,70%	32,22%
2	19,70%	19,27%	25,70%	24,43%
3	16,18%	19,19%	18,07%	23,45%
4	4,39%	3,91%	4,00%	5,00%
5	3,99%	3,67%	3,93%	4,00%
6	3,92%	3,21%	3,19%	3,94%
7	3,55%	2,82%	2,97%	3,04%
8	2,83%	2,72%	2,48%	2,16%
9	2,14%	2,00%	1,97%	1,75%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabela 3: Quotas de mercado das empresas do grupo C-102

Fonte: Elaboração própria

ÍNDICE CONCENTRAÇÃO	ANO				VARIAÇÃO (2010-2013)
	2010	2011	2012	2013	
Cr1	0,4331	0,4322	0,3770	0,3222	-25,60%
Cr2	0,6301	0,6248	0,6339	0,5666	-10,08%
Cr3	0,7919	0,8167	0,8146	0,8010	1,15%
Cr5	0,8757	0,8925	0,8940	0,8911	1,76%
IHH	0,2601	0,2665	0,2468	0,2259	-13,17%
IHT	0,2393	0,2475	0,2422	0,2279	-4,77%

Tabela 4: Índices de concentração do grupo C-102
Fonte: Elaboração própria

Na tabela 3 pode-se observar que a quota de mercado da empresa líder decresceu em mais de 25% entre 2010-2013. Atendendo aos rácios de concentração (Cr_1 , Cr_2 , Cr_3 e Cr_5) conclui-se que o grupo de preparação e conservação de peixes, crustáceos e moluscos apresentou um grau de concentração elevado, indicando assim que existe uma diferença significativa nas vendas e prestações de serviços das empresa que compõe a amostra.

O valor do IHH decresceu expressivamente comparado com os rácios de concentração, para o período em estudo, pois este índice incorpora todas as empresas aplicando um peso superior nas maiores e um inferior nas menores. No entanto, pode-se considerar através da leitura do mesmo que este grupo do setor agroalimentar, apresentou um nível de concentração moderado. O IHT apresentou um decréscimo de aproximadamente 4%, no entanto, os seus valores corroboram com os do IHH.

C-103 - Preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas

EMPRESA	QUOTA			
	2010	2011	2012	2013
1	68,99%	72,70%	68,62%	65,39%
2	22,47%	10,27%	13,76%	14,08%
3	7,49%	7,42%	9,45%	10,97%
4	1,04%	6,23%	6,35%	7,18%
5	0,01%	3,37%	1,82%	2,38%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabela 5: Quotas de mercado das empresas do grupo C-103
Fonte: Elaboração própria

ÍNDICE CONCENTRAÇÃO	ANO				VARIAÇÃO (2010-2013)
	2010	2011	2012	2013	
Cr1	0,6899	0,7270	0,6862	0,6539	-5,23%
Cr2	0,9146	0,8298	0,8238	0,7947	-13,11%
Cr3	0,9895	0,9040	0,9183	0,9044	-8,59%
Cr5	1,0000	1,0000	1,0000	1,0000	0,00%
IHH	0,5322	0,5497	0,5031	0,4651	-12,60%
IHT	0,5518	0,4660	0,4588	0,4271	-22,60%

Tabela 6: Índices de concentração do grupo C-103
Fonte: Elaboração própria

Para análise do poder de concentração do grupo de preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas foram utilizadas 5 empresas. O total de empresas pertencentes a este grupo e associadas da PortugalFoods é de 6 entidades. Contudo, a falta de informação de uma empresa, impossibilitou a inclusão da mesma.

Atendendo à quota de mercado da empresa líder, apresentada na tabela 5, concluiu-se que não sofreu uma alteração significativa, evidenciando assim um bom posicionamento no mercado.

O valor do Cr_5 manteve-se inalterado entre 2010-2013 uma vez que para o cálculos considerou-se a quota de mercado de todas as empresas e é devido a isto que o resultado é igual a 1, indicando uma estrutura de indústria concentrada. Os restantes rácios de concentração também vão ao encontro da análise anterior.

Apesar de ter havido um decréscimo dos valores do IHH e do IHT em 12,6% e 22,6% respetivamente, entre 2010-2013, pode-se concluir que este grupo tem um baixo grau de competitividade e um moderado grau de concentração.

C-105 - Indústria de Lacticínios

EMPRESA	QUOTA			
	2010	2011	2012	2013
1	70,63%	72,98%	73,94%	74,10%
2	14,43%	12,48%	11,26%	10,59%
3	4,90%	4,76%	4,87%	5,46%
4	4,22%	3,73%	3,96%	3,46%
5	1,82%	1,87%	1,90%	2,12%
6	1,52%	1,36%	1,43%	1,58%
7	1,49%	1,27%	1,12%	1,08%
8	0,77%	0,83%	0,89%	1,04%
9	0,21%	0,73%	0,63%	0,57%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabela 7: Quotas de mercado das empresas do grupo C-105

Fonte: Elaboração própria

ÍNDICE CONCENTRAÇÃO	ANO				VARIAÇÃO (2010-2013)
	2010	2011	2012	2013	
Cr1	0,7063	0,7298	0,7394	0,7410	4,92%
Cr2	0,8506	0,8546	0,8520	0,8470	-0,43%
Cr3	0,8996	0,9022	0,9007	0,9016	0,22%
Cr5	0,9601	0,9582	0,9593	0,9574	-0,29%
IHH	0,5247	0,5526	0,5641	0,5655	7,77%
IHT	0,4244	0,4286	0,4324	0,4290	1,08%

Tabela 8: Índices de concentração do grupo C-105

Fonte: Elaboração própria

A tabela 7 apresenta as quotas de mercado das empresas associadas que pertencem à indústria dos lacticínios. Através da análise do seu valor, é notório a disparidade entre as empresas, sendo que a empresa 1 e a empresa 2 representam mais de 84% do mercado, em 2013. Apesar de os rácios (Cr_3 e Cr_5) apresentarem valores elevados, estes são suportados principalmente pela soma da quota de mercado das 2 primeiras empresas. Contudo, conclui-se que o mercado apresenta um elevado grau de concentração entre 2010-2013.

Os restantes índices, IHH e IHT, apesar de terem um ligeiro aumento entre 2010-2013, apresentam valores muito inferiores, quando comparados com os rácios de concentração. Ainda assim, através da leitura dos mesmos, concluiu-se que o grupo C-105 ostenta um mercado com um grau de concentração moderado.

C-107 - Fabricação de produtos de padaria e outros produtos à base de farinha

EMPRESA	QUOTA			
	2010	2011	2012	2013
1	43,16%	45,36%	43,73%	44,98%
2	25,50%	21,57%	19,35%	17,15%
3	12,07%	12,20%	14,18%	12,69%
4	8,54%	8,22%	9,03%	10,78%
5	5,65%	7,40%	7,76%	7,44%
6	1,78%	2,00%	1,83%	2,26%
7	1,51%	1,43%	1,55%	2,00%
8	1,03%	0,77%	1,34%	1,29%
9	0,74%	0,74%	0,63%	0,89%
10	0,02%	0,19%	0,51%	0,43%
11	0,005%	0,12%	0,09%	0,09%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabela 9: Quotas de mercado das empresas do grupo C-107

Fonte: Elaboração própria

ÍNDICE CONCENTRAÇÃO	ANO				VARIÇÃO (2010-2013)
	2010	2011	2012	2013	
Cr1	0,4316	0,4536	0,4373	0,4498	4,21%
Cr2	0,6866	0,6693	0,6308	0,6213	-9,51%
Cr3	0,8073	0,7913	0,7725	0,7482	-7,31%
Cr5	0,9492	0,9475	0,9404	0,9305	-1,97%
IHH	0,2770	0,2801	0,2638	0,2662	-3,93%
IHT	0,2791	0,2732	0,2574	0,2515	-9,88%

Tabela 10: Índices de concentração do grupo C-107

Fonte: Elaboração própria

Para a análise do poder de concentração do grupo C-107 foram utilizadas 11 empresas. Atendendo à tabela 10, é notório que todos os rácios de concentração apresentam valores elevados indicando um mercado com uma concentração também elevada. É importante referir que a quota da empresa líder aumentou em 4,21% entre 2010-2013.

Para os restantes índices de concentração, IHH e IHT, os valores continuam a ser baixos quando comparados com os rácios, contudo, concluiu-se que as empresas do grupo de fabricação de produtos de padaria e outros produtos à base de farinha têm um grau de concentração moderado / baixo.

C-108 - Fabricação de outros produtos alimentares

EMPRESA	QUOTA			
	2010	2011	2012	2013
1	42,34%	36,73%	36,80%	35,78%
2	28,88%	30,28%	28,99%	30,00%
3	12,64%	10,36%	10,25%	10,50%
4	4,90%	9,46%	9,67%	7,56%
5	3,83%	4,59%	5,08%	6,50%
6	2,19%	2,82%	3,29%	3,94%
7	1,98%	1,71%	1,77%	1,89%
8	1,48%	1,62%	1,45%	1,74%
9	1,44%	1,25%	1,37%	1,23%
10	0,31%	1,18%	1,32%	0,85%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabela 11: Quotas de mercado das empresas do grupo C-108

Fonte: Elaboração própria

ÍNDICE CONCENTRAÇÃO	ANO				VARIAÇÃO (2010-2013)
	2010	2011	2012	2013	
Cr1	0,4234	0,3673	0,3680	0,3578	-15,48%
Cr2	0,7122	0,6701	0,6579	0,6578	-7,64%
Cr3	0,8386	0,7736	0,7604	0,7628	-9,04%
Cr5	0,9259	0,9141	0,9079	0,9035	-2,42%
IHH	0,2838	0,2500	0,2439	0,2414	-14,93%
IHT	0,2751	0,2450	0,2393	0,2376	-13,63%

Tabela 12: Índices de concentração do grupo C-108
Fonte: Elaboração própria

Fazem parte do grupo C-108, as empresas que produzem condimentos e temperos, refeições e pratos pré-cozinhados bem como produtos de confeitaria.

De realçar que a quota de mercado da empresa líder diminuiu 15% entre 2010-2013, apresentado pelo rácio de concentração Cr_1 .

Para a maioria dos índices de concentração a estrutura do grupo é concentrada. Contudo, através da análise da tabela 12, conclui-se que houve um decréscimo em todas as medidas de concentração podendo indiciar que o grau de competitividade está a aumentar.

C-110 - Indústria das bebidas

EMPRESA	QUOTA			
	2010	2011	2012	2013
1	93,65%	93,91%	93,92%	93,92%
2	5,67%	5,61%	5,53%	5,53%
3	0,44%	0,25%	0,27%	0,27%
4	0,14%	0,14%	0,16%	0,16%
5	0,09%	0,07%	0,11%	0,11%
6	0,01%	0,02%	0,02%	0,02%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Tabela 13: Quotas de mercado das empresas do grupo C-110
Fonte: Elaboração própria

ÍNDICE CONCENTRAÇÃO	ANO				VARIAÇÃO (2010-2013)
	2010	2011	2012	2013	
Cr1	0,9365	0,9391	0,9392	0,9392	0,29%
Cr2	0,9932	0,9952	0,9945	0,9945	0,13%
Cr3	0,9976	0,9976	0,9971	0,9971	-0,05%
Cr5	0,9999	0,9998	0,9998	0,9998	-0,01%
IHH	0,8803	0,8851	0,8852	0,8852	0,55%
IHT	0,8715	0,8784	0,8762	0,8762	0,54%

Tabela 14: Índices de concentração do grupo C-110
Fonte: Elaboração própria

O grupo da indústria das bebidas tem um papel importante, pois é um dos que mais contribuiu para o crescimento do setor agroalimentar.

Através da análise dos rácios de concentração concluiu-se que o mercado tem um elevado grau de concentração, pois a quota de mercado da empresa líder representa em média 93% do total das vendas do grupo, entre 2010-2013.

No cálculo do IHH e do IHT o resultado é bastante similar, com valores a aproximarem-se dos 90%.

Não obstante os resultados apresentados na tabela 14, para as empresas associadas da

PortugalFoods, é importante referir que existem empresas de maior dimensão a operar no grupo e que não estão contidas na amostra.

G-463 - Comércio por grosso de produtos alimentares, bebidas e tabaco

A Divisão G do CAE – Rev.3 engloba o todo o comércio por grosso e a retalho da indústria Portuguesa

EMPRESA	QUOTA			
	2010	2011	2012	2013
1	42,21%	33,34%	32,61%	32,61%
2	24,20%	28,41%	31,56%	31,56%
3	23,59%	26,04%	23,43%	23,43%
4	4,98%	7,42%	8,64%	8,64%
5	4,93%	4,46%	3,16%	3,16%
6	0,10%	0,33%	0,60%	0,60%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

*Tabela 15: Quotas de mercado das empresas do grupo G-463
Fonte: Elaboração própria*

ÍNDICE CONCENTRAÇÃO	ANO				VARIAÇÃO (2010-2013)
	2010	2011	2012	2013	
Cr1	0,4221	0,3334	0,3261	0,3261	-22,74%
Cr2	0,6640	0,6175	0,6417	0,6417	-3,36%
Cr3	0,8999	0,8779	0,8760	0,8760	-2,65%
Cr5	0,9990	0,9967	0,9940	0,9940	-0,50%
IHH	0,2972	0,2672	0,2693	0,2693	-9,38%
IHT	0,1837	0,1852	0,1080	0,1631	-11,19%

*Tabela 16: Índices de concentração do grupo G - 463
Fonte: Elaboração própria*

Para o estudo do poder de concentração do grupo G-463 foram utilizadas 6 empresas. É importante referir que as vendas e prestações de serviços da empresa líder decresceram aproximadamente 22% entre 2010-2013. No entanto, à medida que se adicionam empresas no cálculos dos rácios, (Cr_2 , Cr_3 e Cr_5), a estrutura do grupo tornou-se mais concentrada.

O valor do IHH diminuiu de 0,29 para 0,26 entre 2010-2013, e assim conclui-se que o resultado deste índice indica um mercado com uma concentração moderada.

Segundo o cálculo do índice de Hall-Tideman o grupo G-463 apresenta um baixo grau de concentração e por conseguinte o nível de competitividade das empresas associadas é considerável.

4.5 Conclusões

O objetivo deste exercício centrou-se na avaliação do grau de concentração setorial das associadas da PortugalFoods. Conclui-se que, em geral, o grau de concentração é moderado e não tem tendência para aumentar.

Apenas o grupo C-105, Indústria de lacticínios e o grupo C-110, Indústria das bebidas apresentam um aumento na concentração. Para os restantes grupos, C-101, C-102 C-103, C-107, C-108 e G-463 houve uma diminuição na variação dos valores dos índices de concentração para igual período.

O número de empresas associadas da PortugalFoods está muito aquém do número de empresas que constituem cada atividade económica¹⁸ e pode ser explicado pelo facto de a PortugalFoods ser uma associação recente estando a trabalhar para o aumento da sua massa associativa.

Todavia, os resultados não são o espelho da verdadeira concentração do setor agroalimentar, mas sim, das empresas associadas da PortugalFoods.

A falta de informação contabilística de algumas empresas e o seu número reduzido, constituíram as principais limitações.

Uma sugestão futura para melhoria do estudo do poder de concentração do setor agroalimentar seria fazer um levantamento exaustivo de todas as empresas pertencentes a cada grupo do setor e, à *posteriori*, aplicar o cálculo dos índices de concentração.

¹⁸ Consultar Anexo F

5 Notas Finais

A realização deste relatório de estágio insere-se no âmbito da obtenção do grau de mestre em Economia acreditado pela Universidade de Aveiro no ano letivo 2014-2015.

O estágio realizou-se na PortugalFoods, sendo esta entidade considerada a marca chapéu do setor agroalimentar.

Durante o decorrer do estágio tive oportunidade de aprender e a consolidar conhecimentos em dois departamentos. Primeiramente, no departamento financeiro onde dei apoio na elaboração de pedidos de reembolso, junto das entidades intermédias do Ministério da Economia (ME), relacionados com execução orçamental dos projetos financiados e que serviram de suporte à promoção externa das empresas e posteriormente no departamento de *Markets* apoiei na organização de diversos eventos nacionais e internacionais, tais como a feira ANUGA, a missão empresarial em Nanjing, a feira *Wabel – Grocery Summit 15* e ação promocional em Milão.

Foram ainda abordados temas importantes, tais como, a internacionalização e a inovação, sendo que na ótica da PortugalFoods são considerados os dois grandes pilares para o crescimento das empresas.

Foi ainda analisada a concentração das empresas associadas da PortugalFoods, através de medidas de concentração, para o período de 2010-2013.

O balanço final do meu estágio é, na minha avaliação, claramente positivo, tendo mesmo sido convidado para prolongar o meu vínculo à PortugalFoods.

6 Referências Bibliográficas

- Afonso, J. G. (2013). Simplificar a Internacionalização Simplificar a Internacionalização.
- Armando do Carmo Gonçalves. (2009). A concentração do mercado de revisão/auditoria no âmbito do mercado de capitais português (I), (I), 40–48.
- Calof, J. L., & Beamish, P. W. (1995). *Adapting to foreign markets: Explaining internationalization. International Business Review*, 4(2), 115–131. doi:10.1016/0969-5931(95)00001-G
- Felipe, O., Ribeiro, R., Mattheus, J., & Uem, T. (1994). Análise da Concorrência Bancária no Brasil Pós Plano Real.
- Foldvary, F. E. (2006). *The Measurement of Inequality, Concentration and Diversification. Indian Economic Journal*. Retrieved from http://libaccess.mcmaster.ca/login?url=http://search.proquest.com/docview/56780903?accountid=12347&nhttp://sfx.scholarsportal.info/mcmaster?url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:ProQ:econlitshell&atitle=The+Me
- Hart, S. L. (2011). *Top 10 Lessons on the New Business of Innovation. MIT Sloan Management Review*.
- Hutchinson, K., Fleck, E., & Lloyd-Reason, L. (2009). *An investigation into the initial barriers to internationalization. Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(4), 544–568. doi:10.1108/14626000911000910
- Inventta. (n.d.). A inovação: definição, conceitos e exemplos. Retrieved from <http://inventta.net/radar-inovacao/a-inovacao/>
- Jong, J. P. J., & Marsili, O. (2004). *How do firms innovate? A Classification of Dutch SMEs*.
- Ministerio da Agricultura Desenvolvimento Regional e Pescas. (2010). Internacionalização dos Sectores Agro - Alimentar e Florestal.
- Mueller, D. C., & Raunig, B. (1999). *Heterogeneities within industries and structure-performance models. Review of Industrial Organization*, 15(4), 303–320. doi:10.1023/A:1007775731338
- Nádia Teresa do Santos, L. (2011). Internacionalização do Grupo Oxyane.
- Resende, M. (1994). Medidas de concentração industrial: uma resenha. *Análise Econômica*, 12(21 e 22). Retrieved from <http://seer.ufgrs.br/index.php/AnaliseEconomica/article/view/10488>
- Silva, V. (2011). O Posicionamento da Revigrés no Mercado Cerâmico.

Anexo A – Eventos realizados pela PortugalFoods

INTERNACIONALIZAÇÃO E INOVAÇÃO	
2011	País
Feiras	
Anuga -Feira internacional de Alimentação e Bebidas	Alemanha
78ª Feira Internacional de Agricultura	Sérvia
2012	
Feiras	
Alimentária Barcelona	Espanha
Sial China	China
PLMA Amesterdão	Holanda
<i>World Food Moscow</i>	Rússia
Sial Paris	França
Sial <i>Middle East</i>	Emirados Árabes Unidos
Missões Inversas	
Missões Inversa de Marrocos	Portugal
Missões Inversa da Sérvia	Portugal
Missões Inversa da Suécia	Portugal
Missões Empresariais	
Peru e Colômbia	Lima/ Peru e Bogotá/ Colômbia
2013	
Feiras	
Sial China	China
Sial <i>Middle East</i>	Emirados Árabes Unidos
Prodexpo	Rússia
<i>Private Label</i> MDD Expo	França
PLMA Amesterdão	Holanda
Anuga -Feira internacional de Alimentação e Bebidas	Alemanha
Missões Inversas	
MIFA- Missão Inversa Fórum Ásia	Portugal
Missão Inversa importador da Rússia	Portugal
Missão Inversa importador do Brasil	Portugal
Missões Empresariais	
Missão Empresarial ao Japão	Japão
Ações Promocionais	
Ação Promocional em Cadeia de Retalho Alimentar MERCACENTER	Andorra
2014	
Feiras	
Prodexpo	Rússia
Alimentária Barcelona	Espanha
Sial China	China

INTERNACIONALIZAÇÃO E INOVAÇÃO	
PLMA Amesterdão	Holanda
Sial Paris	França
Sial <i>Middle East</i>	Emirados Árabes Unidos
Missões Empresariais	
EUA	EUA
Ações Promocionais	
Ação Promocional <i>City Shop</i>	China
Mostra PORTUGALFOODS@ME	Emirados Árabes Unidos
Ação Promocional Mercacenter	Andorra
2015	
Feiras	
Feira ISM	Alemanha
Feira Salón de Gourmets	Espanha
Feira SIAL China	China
Feira PLMA	Holanda
Feira Anuga	Alemanha
ações Promocionais em Pontos de Venda	
Ação Promocional	França
Ação Promocional	Alemanha
Ação Promocional	Andorra
Acções Promocionais - Mostra de Produto	
PORTUGALFOODS@ME	Emirados Árabes Unidos
PORTUGALFOODS @China	China
Ações de Prospeção - Missões de Importadores a Portugal	
Missão Inversa da Colômbia	Portugal
Fórum Internacional América do Norte (EUA e Canadá)	Portugal

Ilustração 10: Tabela de eventos realizados pela PortugalFoods
Fonte: Elaboração própria

Anexo B – Descrição das fileiras do setor agroalimentar

Divisão	Descrição
Fileira Agrícola	<ul style="list-style-type: none">• Frutas, Hortícolas e flores• Azeite• Indústria do tomate• Mel
Fileira do Pescado	<ul style="list-style-type: none">• Pescado Fresco• Indústrias do Pescado Congelado• Indústrias do Bacalhau• Industrias das Conservas de Peixe
Indústrias Alimentares	<ul style="list-style-type: none">• Indústria de Leite e Lacticínios• Industria das Carnes e Produtos Cárneos• Indústria bolachas e Biscoitos, Tostas e produtos de pastelaria e Confeitaria sem Cacau• Indústria do Café e Sucedâneos e Chá• Indústria do Chocolate• Indústria das Massas Alimentícias e Produtos à base de Careais• Indústria do Arroz
Industrias das Bebidas	<ul style="list-style-type: none">• Industria das Águas, Refrigerantes e sumos de Fruta• Indústria das Cerveja
Vinhos	

*Ilustração 11: Tabela descritiva das fileiras do setor agroalimentar.
Fonte: Elaboração própria*

Anexo C – Código das atividades económicas Portuguesas

Divisão	Grupo	Classe	Subclasse	Designação
C				INDÚSTRIAS TRANSFORMADORAS
10				Indústrias alimentares
	101			Abate de animais, preparação e conservação de carne e de produtos à base de carne
		1013	10130	Fabricação de produtos à base de carne
	102			Preparação e conservação de peixes, crustáceos e moluscos
		10203	102030	Conservação de produtos da pesca e da aquicultura em azeite e outros óleos vegetais e outros molhos
		10204	102040	Salga, secagem e outras atividades de transformação de produtos da pesca e aquicultura
	103			Preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas
		1039	10393	Fabricação de doces, compotas, geleias e marmelada
			10395	Preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas por outros processos
	105			Indústria de lacticínios
		1051	10510	Indústrias do leite e derivados
	107			Fabricação de produtos de padaria e outros produtos à base de farinha
		1071		Panificação e pastelaria
			10711	Panificação
		1072	10720	Fabricação de bolachas, biscoitos, tostas e pastelaria de conservação

G	108	1073	10730	Fabricação de massas alimentícias, cuscuz e similares
				Fabricação de outros produtos alimentares
		1081	10810	Indústria do açúcar
		1082		Indústria do cacau, do chocolate e dos produtos de confeitaria
			10822	Fabricação de produtos de confeitaria
		1083	10830	Indústria do café e do chá
		1084	10840	Fabricação de condimentos e temperos
		1085	10850	Fabricação de refeições e pratos pré-cozinhados
	110	1089		Fabricação de outros produtos alimentares
			10893	Fabricação de outros produtos alimentares diversos
				Indústria das bebidas
		1101		Fabricação de bebidas alcoólicas destiladas
			11013	Produção de licores e de outras bebidas destiladas
		1102		Indústria do vinho
			11021	Produção de vinhos comuns e licorosos
		1105	11050	Fabricação de cerveja
46				COMÉRCIO POR GROSSO E A RETALHO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMÓVEIS E MOTOCICLOS
				Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos
	463			Comércio por grosso de produtos alimentares, bebidas e tabaco

4631		Comércio por grosso de fruta e de produtos hortícolas
	46311	Comércio por grosso de fruta e de produtos hortícolas, exceto batata
4633		Comércio por grosso de leite e derivados, ovos, azeite, óleos e gorduras alimentares
	46331	Comércio por grosso de leite, seus derivados e ovos
	46332	Comércio por grosso de azeite, óleos e gorduras alimentares
4637	46370	Comércio por grosso de café, chá, cacau e especiarias
4638		Comércio por grosso de outros produtos alimentares
	46381	Comércio por grosso de peixe, crustáceos e moluscos

Ilustração 12: Classificação Portuguesa das Atividades Económicas – Rev.3
Fonte: INE, (2015)

Anexo D: Dados relativos às empresas associadas da PortugalFoods

ABATE DE ANIMAIS, PREPARAÇÃO E CONSERVAÇÃO DE CARNE E DE PRODUTOS À BASE DE CARNE									
2010									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10130	235	37 010 088,00	5 661 695,00	5 818 220,00	15,30	13,08	7 186 840,00	
2	10130	119	18 743 939,26	390 863,93	1891 909,32	1,98	11,17	2 853 956,63	
3	10130	42	10 301 170,24	7 000	6 708 884,11	0,00	85,05	828 946,51	
4	10130	29	5 852 572,50	130 382,34	0,00	2,23	0,00	1 102 086,56	
5	10130	44	5 682 309,43	367 693,36	1595 851,50	6,47	32,48	1 163 803,87	
6	10130	34	2 967 350,15	0,00	116 673,30	0,00	5,67	318 783,23	
7	10130	25	1 683 581,65	12 313,37	61,79	0,13	0,01	531 163,33	
8	10130	31	1 395 023,76	0,00	4 144,37	0,00	0,55	644 697,77	
9	10110								
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		618	85242035,79	6562954,02	16141046,19	26,71	134,01	15276907,6	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			2 119 636 294						
2011									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10130	310	36 266 262,32	3 488 561,17	6 254 418,06	9,62	19,95	5 051 601,17	
2	10130	127	22 432 019,43	683 796,34	3 135 083,82	3,05	15,57	2 586 100,21	
3	10130	41	8 718 843,78	13 412,00	6 591 274,32	0,13	65,63	715 827,19	
4	10110	87	8 391 467,09	121 127,02	8 617,74	1,44	0,19	16 816,76	
5	10130	81	7 180 371,79	202 308,31	362 044,27	2,82	7,80	2 490 247,36	
6	10130	46	6 524 647,57	603 524,93	1621 531,37	9,34	30,68	1 331 310,94	
7	10130	32	6 083 879,34	124 936,16	2 806 186,40	2,05	49,94	1 124 230,21	
8	10130	29	1 180 017,74	14 306,26	43 728,94	0,78	3,04	529 226,82	
9	10130	10	1 851 974,30	439 843,89	0,00	23,75	0,00	866 257,06	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		762	101352542,8	5698418,14	20822951,52	52,98	192,52	16911377,27	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			2 210 172 403						
2012									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10130	288	35 632 242,43	2 806 670,00	7 433 557,89	7,90	24,77	5 236 145,24	
2	10130	132	26 047 958,88	1096 445,64	3 753 996,04	4,21	15,88	2 381 907,39	
3	10130	44	9 642 548,74	70 733,23	5 323 560,68	0,73	60,24	802 117,06	
4	10110	82	7 821 358,31	0,00	0,00	0,00	0,00	1 323 091,14	
5	10130	95	7 475 672,70	380 676,08	363 205,11	5,09	6,78	2 286 539,23	
6	10130	46	6 881 334,87	800 338,81	1 387 915,04	8,75	33,47	1 256 183,76	
7	10130	34	6 290 979,55	50 884,94	3 560 148,41	0,81	64,25	1 131 141,64	
8	10130	12	2 006 063,17	503 923,06	0,00	25,12	0,00	570 921,00	
9	10130	26	1 468 265,01	28 315,21	11 644,43	1,93	1,03	539 576,80	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		759	103305623,7	5337940,97	22494167,6	53,94	206,4	15587693,26	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			2 167 702 620						
2013									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10130	305	36 035 970,69	1 448 147,62	12 964,54	4,02	0,04	6 588 099,72	
2	10130	140	25 682 368,00	1 378 552,65	1 380 960,32	5,37	5,32	2 388 136,05	
3	10130	42	8 817 163,08	278 172,41	4 680 719,25	3,14	57,97	844 635,48	
4	10130	83	7 477 409,20	407 432,81	308 572,80	5,45	6,10	2 488 720,63	
5	10130	43	7 323 210,08	774 466,93	1 971 738,01	10,58	32,61	1 094 569,73	
6	10130	36	7 154 081,08	246 661,51	4 784 164,47	3,45	69,64	1 099 773,94	
7	10130	79	7 116 548,09	0,00	0,00	0,00	0,00	1 413 116,31	
8	10130	12	2 279 573,22	610 925,63	0,00	26,80	0,00	603 929,52	
9	10130	28	1 803 643,95	67 540,56	0,00	4,21	0,00	422 906,01	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		768	103 552 505,39 €	5212500,32	13138791,39	63,02	172,28	17080397,45	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)									

Ilustração 13: Dados relativos às empresas do subsetor C-101: Abate de animais, preparação e conservação de carne e de produtos à base de carne

Fonte: Elaboração própria

Preparação e conservação de peixes, crustáceos e moluscos									
2010									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10204	393	53 631 904,68	4 515 610,72	25 660 638,77	8,41	66,81	11 330 385,05	
2	10203	160	24 417 516,05	12 050 174,82	5 642 454,03	49,35	28,82	4 738 894,30	
3	10203	149	20 063 590,07	8 261 688,74	8 572 456,14	41,18	48,11	2 521 082,36	
4	10203	66	5 436 412,00	3 228 238,69	2 271 142,62	59,38	59,71	1 010 314,44	
5	10203	79	4 946 116,95	479 799,75	745 014,32	9,70	23,42	1 808 715,65	
6	10204	14	4 855 260,37	48 358,87	3 584 983,22	1,00	79,81	275 158,57	
7	10203	135	4 399 062,29	4 333 453,88	0,00	98,51	0,00	2 098 855,07	
8	10203	106	3 512 759,55	2 587 035,38	964 684,25	73,08	40,54	1 308 014,27	
9	10203	58	2 648 458,20	2 108 163,97	717 222,54	79,60	35,23	632 037,99	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1156	123971082,2	37592524,82	48158593,89	420,21	382,45	25783448,32	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1 069 174 670,00						
2011									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10204	423	50 576 261,14	5 911 003,30	36 707 508,10	9,76	74,03	12 604 422,63	
2	10203	162	27 008 384,28	9 359 648,44	13 677 217,66	34,66	56,79	2 752 903,81	
3	10203	161	26 895 285,80	15 328 775,74	5 367 107,35	56,99	26,41	5 309 318,33	
4	10203	68	5 480 635,47	3 321 452,34	2 058 063,84	60,60	51,54	1 091 153,80	
5	10203	86	5 146 859,33	558 558,99	600 584,64	10,85	17,84	1 856 540,42	
6	10204	14	4 505 393,32	59 049,97	3 622 526,99	1,31	83,33	272 484,16	
7	10203	121	3 954 174,89	2 070 502,11	938 004,22	52,36	32,69	1 357 483,63	
8	10203	132	3 809 247,72	3 723 959,37	0,00	97,76	0,00	1 906 206,11	
9	10203	56	2 798 236,18	2 286 855,69	842 156,23	81,72	39,47	736 218,45	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1228	140172538,7	42619805,95	63813169,03	406,01	382,1	28908034,81	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1 137 578 029						
2012									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10204	423	51 029 381,15	4 614 081,32	23 456 802,85	9,04	64,38	12 604 422,63	
2	10203	161	34 784 408,67	10 525 558,33	23 482 891,70	30,26	69,13	3 358 644,62	
3	10203	157	24 459 463,32	15 799 330,56	8 933 077,39	64,59	43,03	4 408 278,14	
4	10203	80	5 414 494,26	509 724,96	750 496,08	9,41	19,99	1 965 587,09	
5	10203	70	5 326 183,54	3 736 855,88	1 693 422,45	70,16	36,02	869 262,46	
6	10203	116	4 321 334,11	2 231 795,86	1 296 671,23	51,65	37,56	1 050 532,52	
7	10204	15	4 015 299,18	19 308,00	3 117 964,43	0,48	82,39	304 867,08	
8	10203	120	3 353 402,45	3 248 151,38	0,00	96,86	0,00	1 593 024,77	
9	10203	52	2 660 794,57	1 956 243,68	661 215,55	73,52	33,45	658 853,88	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1230	135360768	42641048,57	63382541,68	405,97	385,95	27013473,09	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1 077 971 138						
2013									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10204	331	48 535 651,79	3 060 178,40	23 822 183,56	6,31	64,28	12 063 439,30	
2	10203	203	36 805 112,47	9 723 657,70	29 058 578,74	26,42	84,99	4 504 178,28	
3	10203	172	35 320 170,43	21 201 022,29	12 311 623,94	60,03	38,73	6 502 391,13	
4	10203	139	7 528 860,74	3 417 460,08	3 037 027,80	45,39	47,51	1 499 425,41	
5	10203	80	6 030 940,99	4 236 686,59	2 144 476,25	70,25	53,00	1 239 725,33	
6	10203	79	5 934 905,35	320 646,56	601 966,24	5,40	17,01	2 245 451,84	
7	10204	14	4 573 317,31	1013 841,41	3 525 898,41	22,17	83,80	239 865,70	
8	10203	121	3 259 257,96	3 122 570,31	0,00	95,81	0,00	936 327,92	
9	10203	59	2 642 308,11	1 687 253,25	801 676,24	63,86	39,72	875 509,42	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1198	150630533,2	47783528,59	75903639,08	395,64	429,04	30106314,93	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)									

Ilustração 14: Dados relativos às empresas do subsetor C-102: Preparação e conservação de peixes, crustáceos e moluscos

Fonte: Elaboração própria

Preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas									
2010									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
2	10395	189	18 610 917,50	7 538 006,48	7 382 098,91	40,50	49,83	3 978 832,80	
3	10393	75	6 060 964,88	187 941,81	407 432,17	3,10	9,97	2 221 325,55	
1	10395	36	2 020 061,07	0,00	0,00	0,00	0,00	502 620,50	
4	10395	5	280 346,80	2 537,75	0,00	0,91	0,00	93 352,01	
5	10395	1	3 350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	195,84	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	306	26 975 640,25	7728486,04	7789531,08	44,51	59,8	6796326,7	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			514 967 582,00						
2011									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
2	10395	192	19 711 224,89	8 686 200,21	6 916 349,68	44,07	46,48	4 463 795,63	
3	10395	41	2 785 083,87	0,00	0,00	0,00	0,00	322 335,90	
1	10395	21	2 011 707,10	581 644,30	65 107,66	28,91	3,63	322 127,25	
4	10393	24	1 689 317,66	467 116,46	161 949,17	27,65	15,88	664 774,42	
5	10395	56	914 623,25	861 702,66	411 364,40	94,21	23,55	-1 158 047,40	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	Total	334	27111956,77	10596663,63	7554770,91	194,84	89,54	4614985,8	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			563 378 703						
2012									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
2	10395	183	19 056 219,70	0,00	0,00	0,00	0,00	4 581 490,04	
3	10395	18	3 822 284,69	2 842 405,59	130 326,05	74,36	4,14	525 628,36	
1	10395	42	2 623 477,66	0,00	0,00	0,00	0,00	646 675,20	
4	10393	24	1 762 746,99	585 914,19	218 425,17	33,24	20,81	883 906,81	
5	10395	36	506 276,60	473 191,80	191 451,55	93,47	14,56	-925 953,07	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	Total	303,00	27 771 005,64	3 901 511,58	540 202,77	201,07	39,51	5 711 747,34	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			577 891 168,00						
2013									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
2	10395	190	16 627 071,99	7 602 337,37	4 603 261,89	45,72	36,67	4 342 616,09	
3	10395	17	3 581 445,51	2 794 363,56	380 993,82	78,02	12,46	660 958,99	
1	10395	40	2 790 759,96	0,00	0,00	0,00	0,00	594 136,84	
4	10393	24	1 825 311,05	575 743,42	363 240,73	31,54	28,87	831 481,68	
5	10395	31	604 515,82	449 677,67	333 146,97	74,39	18,51	-1 399 419,45	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	Total	302,00	25 429 104,33	11 422 122,02	5 680 643,41	229,67	96,51	5 029 774,15	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)									

Ilustração 15: Dados relativos às empresas do subsector C-103: Preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas
Fonte: Elaboração própria

Indústria de laticínios									
2010									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10510	593	109 325 848,91	7 170 127,18	10 542 584,15	6,56	11,63	20 821 572,88	
2	10510	186	22 336 192,24	1 440 548,39	3 371 501,99	6,45	18,63	5 178 691,14	
3	10510	51	7 586 683,05	0,00	0,00	0,00	0,00	2 265 522,49	
4	10510	40	6 538 075,54	0,00	0,00	0,00	0,00	892 533,44	
5	10510	1	2 820 258,13	2 675 010,07	2 407 542,67	94,85	89,70	119 976,39	
6	10510	32	2 358 508,17	37 464,92	303 685,97	1,59	12,24	672 520,31	
7	10510	28	2 303 877,51	9 068,10	47 399,37	0,39	2,27	351 882,54	
8	10510	27	1 184 283,69	0,00	0,00	0,00	0,00	397 903,37	
9	10510	22	329 068,77	0,00	0,00	0,00	0,00	917 808,33	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	980	154782796	11332218,66	16672714,15	109,84	139,47	31618410,89	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1 514 179 641						
2011									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10510	662	117 251 290,48	11 597 813,96	12 167 502,60	9,89	12,08	19 108 671,63	
2	10510	146	20 058 527,13	1 463 322,02	2 956 266,52	7,30	18,80	4 261 469,49	
3	10510	48	7 646 970,61	147 309,17	0,00	1,93	0,00	1 321 011,34	
4	10510	51	6 000 855,65	0,00	0,00	0,00	0,00	1 003 521,83	
5	10510	34	3 001 992,65	0,00	0,00	0,00	0,00	680 396,68	
6	10510	30	2 181 213,23	34 912,43	168 183,20	1,60	10,02	507 264,17	
7	10510	26	2 039 353,97	19 726,05	94 714,62	0,97	5,06	270 071,01	
8	10510	10	1 327 145,53	0,00	30 451,20	0,00	3,17	420 510,41	
9	10510	29	1 165 759,17	0,00	8 659,60	0,00	1,01	321 709,15	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	1036	160673108,4	13263083,63	15425777,74	21,69	50,14	27894625,71	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1 515 929 797						
2012									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10510	576	110 081 118,94	15 253 723,88	11 280 921,57	12,92	11,15	20 064 249,70	
2	10510	135	17 982 707,29	1 256 470,83	2 544 090,44	6,99	17,07	3 049 944,50	
3	10510	44	7 781 035,63	135 400,82	3 204 054,21	1,74	48,16	1 158 506,35	
4	10510	51	6 321 351,75	2 106 263,07	2 699 007,67	33,32	52,43	1 193 865,26	
5	10510	36	3 040 334,74	0,00	276 532,86	0,00	11,56	769 735,61	
6	10510	29	2 283 155,54	23 256,25	137 320,63	1,02	8,16	521 351,93	
7	10510	26	1 787 488,77	67 371,45	94 274,86	3,77	5,89	242 763,64	
8	10510	12	1 419 652,06	0,00	15 120,00	0,00	1,45	356 227,32	
9	10510	31	1 009 585,61	0,00	809,90	0,00	0,12	306 673,09	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	940	159706431,3	18842486,3	20252132,14	59,76	155,99	27663317,4	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1 502 520 136						
2013									
NOME	CAE1	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	10510	550	121 343 693,32	10 643 794,89	11 747 682,89	8,77	10,89	19 282 207,08	
2	10510	132	17 348 734,65	1 455 378,17	1 474 754,38	8,39	10,23	2 273 141,57	
3	10510	48	8 938 090,04	172 663,33	3 140 597,42	1,93	51,66	2 775 261,97	
4	10510	58	5 660 574,96	1 437 850,79	3 589 224,89	25,40	69,74	1 168 747,61	
5	10510	32	3 474 294,88	0,00	222 260,39	0,00	8,29	776 904,75	
6	10510	28	2 590 417,58	55 822,82	270 643,69	2,15	12,98	541 084,79	
7	10510	13	1 763 639,46	34 038,20	143 168,93	1,93	11,04	527 571,72	
8	10510	22	1 696 369,06	158 545,59	73 401,40	9,35	4,78	274 583,13	
9	10510	23	931 507,24	9,94	9 174,40	0,00	1,34	278 875,85	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	906	163747322,2	13958103,73	20670908,39	57,92	180,95	27898378,47	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)									

Ilustração 16: Dados relativos às empresas do subsector C-105: Indústria de laticínios
Fonte: Elaboração própria

Fabricação de produtos de padaria e outros produtos à base de farinha									
2010									
NOME	CAEI	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	0720	253	94.458.131,00	9.807.255,00	22.140.253,00	10,31	23,61	22.362.020,00	
2	0720	547	55.827.612,27	40.775.652,42	10.320.020,62	73,04	23,08	12.732.400,34	
3	0720	181	26.425.939,90	7.173.407,11	4.877.793,35	27,15	25,40	7.604.609,64	
4	0712	231	16.704.853,95	103.755,10	2.442.206,29	0,59	20,49	7.209.412,50	
5	0711	226	12.368.189,91	425.025,97	735.763,63	3,44	10,59	5.222.286,76	
6	0720	34	3.902.933,36	1.086.517,10	1.667.315,99	27,84	56,02	1.042.915,34	
7	0712	44	3.302.056,68	28.372,30	11.425,57	0,85	0,51	1.077.990,47	
8	0720	20	2.256.921,30	2.592,22	98.222,67	0,11	7,88	989.634,36	
9	0711	10	1.620.673,36	9.852,96	122.200,05	0,55	16,01	327.467,99	
10	0720	3	36.523,34	0,00	0,00	0,00	0,00	-8.457,78	
11	0720	3	16.352,40	0,00	4.430,80	0,00	54,42	2.082,44	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1652	216357053,5	53217517,16	42874011,07	143,75	245	53242573,16	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1735 050 806						
2011									
NOME	CAEI	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	0720	355	104.219.386,00	10.341.433,00	31.759.810,00	10,50	38,50	20.453.253,00	
2	0720	659	49.560.781,61	36.927.205,86	7.933.796,59	74,51	18,93	9.618.970,63	
3	0720	190	28.044.182,46	8.596.837,40	6.132.872,33	30,65	27,08	6.350.653,70	
4	0712	213	16.594.451,68	534.887,65	2.206.217,47	2,83	17,35	6.241.598,25	
5	0711	215	17.002.230,21	564.867,84	3.396.885,24	3,44	28,88	6.088.020,42	
6	0720	35	4.588.255,24	1.183.615,76	1.812.615,11	25,80	43,67	1.005.133,36	
7	0712	42	3.296.083,71	37.803,29	4.105,71	1,15	0,01	1.029.539,05	
8	0720	15	1.767.170,67	0,00	89.795,97	0,00	8,47	709.507,44	
9	0711	35	1.700.459,30	0,00	6.163,93	0,00	0,66	779.925,46	
10	0720	17	435.326,40	105.910,25	170.093,62	24,30	19,37	73.545,54	
11	0720	18	168.377,69	5.414,66	11.532,00	2,02	6,53	127.608,48	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1845	229776934,9	589323973,51	5347016,57	175,2	215,02	52352650,00	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1738 521208						
2012									
NOME	CAEI	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	0720	412	110.133.820,00	14.341.940,00	22.238.810,00	12,55	24,51	15.311.535,00	
2	0720	556	48.676.387,81	36.302.973,27	6.809.231,47	74,58	18,61	11.654.679,76	
3	0720	194	35.667.245,90	10.052.185,25	5.273.033,46	28,18	18,58	8.196.043,95	
4	0711	209	22.712.079,46	1.023.720,84	7.182.062,40	4,51	43,53	6.498.934,94	
5	0712	228	19.635.028,04	2.024.477,78	3.021.007,54	10,35	24,44	7.064.973,67	
6	0720	38	4.609.437,67	1.463.696,73	1.195.510,41	31,75	48,96	1.038.935,93	
7	0720	47	3.905.789,24	3.128.936,52	1.223.940,09	80,11	33,22	417.180,65	
8	0712	46	3.368.834,71	86.077,23	74.088,00	2,55	3,21	1.097.976,34	
9	0711	18	1.590.471,88	0,00	0,00	0,00	0,00	670.826,97	
10	0720	19	1.287.576,13	5.145,45	132.165,71	0,40	14,37	403.208,03	
11	0720	8	237.255,60	6.517,25	6.266,71	2,75	4,74	64.365,45	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1767	251613485,7	69032553,16	47834019,75	248,76	234,47	56398227,79	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			16445416916						
2013									
NOME	CAEI	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	0730	446	112.706.780,00	14.213.187,00	24.255.456,00	12,61	25,74	19.949.399,00	
2	0720	473	42.987.603,45	32.001.726,67	5.291.297,64	74,47	15,98	9.374.674,45	
3	0720	185	31.812.298,91	9.807.695,50	5.632.005,20	33,32	18,57	8.271.722,92	
4	0711	227	27.023.114,76	3.105.416,03	6.943.167,89	11,60	37,61	8.861.940,80	
5	0712	163	19.641.417,39	2.889.105,38	3.946.674,23	15,50	32,17	6.166.184,33	
6	0720	50	5.659.650,65	2.594.245,65	2.594.245,65	45,31	45,31	24.205,62	
7	0720	47	5.020.597,00	2.019.473,26	1.613.536,99	40,22	41,99	1.208.263,00	
8	0712	47	3.222.368,22	144.738,57	18.259,83	4,48	0,85	1.158.632,43	
9	0711	38	2.220.275,53	0,00	54.918,32	0,00	4,82	1.002.416,75	
10	0720	19	1.088.142,80	8.094,16	79.832,73	0,75	11,06	330.115,18	
11	0720	7	223.042,02	9.160,04	6.374,50	4,09	7,59	118.146,90	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1745	2505056181,2	69397758,03	50426363,53	281,63	247,62	56416753,73	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)									

Ilustração 17: Dados relativos às empresas do subsetor C-107: Fabricação de produtos de padaria e outros produtos à base de farinha
Fonte: Elaboração própria

Fabricação de outros produtos alimentares									
2010									
NOME	CAEI	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	0830	395	107 293 077,77	23 061 596,19	54 871 233,12	21,49	69,32	31 281 387,18	
2	0810	235	73 198 141,00	31 279 284,00	0,00	42,73	0,00	899 191,00	
3	0833	61	32 018 615,63	6 077 462,38	7 539 173,44	18,98	26,04	3 492 147,91	
4	0840	90	12 425 168,60	1 414 665,68	1 160 717,44	11,39	12,32	2 755 433,18	
5	0822	151	9 705 320,51	5 274 526,75	1 314 567,74	54,35	27,95	5 190 546,24	
6	0850	34	5 559 147,42	1 045 520,00	166 980,93	18,81	4,08	1 784 399,55	
7	0830	51	5 006 369,87	1 252 866,65	1 423 282,69	25,03	42,90	2 048 272,76	
8	0830	28	3 756 860,55	1 107 333,96	217 750,57	29,47	6,44	1 753 978,84	
9	0850	35	3 680 031,42	239 688,86	254 032,96	6,55	14,20	1 943 847,98	
10	0840	3	792 329,15	0,00	0,00	0,00	0,00	86 966,32	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1143	253416052,1	70752944,47	66947738,59	228,8	203,25	51236170,96	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1419 164 963						
2011									
NOME	CAEI	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	0830	398	118 268 026,01	24 341 514,02	79 054 722,25	20,58	72,59	27 554 360,73	
2	0810	181	97 498 834,00	48 445 745,00	53 541 733,18	43,69	75,47	4 619 571,00	
3	0830	206	33 344 448,00	6 032 498,00	11 359 759,00	1,81	48,19	12 879 634,00	
4	0833	55	30 471 094,87	5 346 781,08	8 534 262,49	17,55	30,38	1 995 653,38	
5	0840	103	14 767 874,85	2 000 068,13	1 386 189,20	13,54	11,38	3 209 608,22	
6	0822	151	9 072 421,03	5 157 235,68	1 544 355,15	56,85	26,88	3 478 657,72	
7	0850	39	5 520 332,66	786 952,00	251 771,03	14,26	8,54	1 867 342,90	
8	0830	50	5 216 376,23	1 362 137,54	1 673 128,76	26,11	45,84	2 005 472,61	
9	0840	33	4 034 719,55	1 192 071,48	588 874,56	29,55	16,27	937 515,13	
10	0850	32	3 806 716,95	929 541,83	245 395,12	24,42	11,83	1 745 023,60	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1308	322000843	90165542,76	158180190,7	254,36	345,37	60292899,29	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			1464 227 211						
2012									
NOME	CAEI	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	0830	395	119 800 606,27	28 386 351,21	63 711 073,04	23,69	70,08	19 756 476,77	
2	0810	168	94 387 001,00	43 523 076,00	75 357 390,00	46,11	84,96	-742 691,00	
3	0830	168	33 385 583,00	728 797,00	10 614 904,00	2,18	48,94	11 578 526,00	
4	0833	58	31 469 175,69	5 636 779,83	5 337 584,25	17,91	17,58	1 493 336,32	
5	0840	130	16 546 364,36	3 586 718,89	2 040 028,92	21,68	14,76	3 677 023,89	
6	0822	170	10 718 233,04	5 517 698,04	2 449 968,47	51,48	26,71	2 852 085,46	
7	0830	51	5 774 107,08	1 551 495,23	1 511 586,52	26,87	42,09	2 386 112,21	
8	0840	32	4 728 530,51	1 613 876,24	724 513,02	34,13	19,46	1 209 737,27	
9	0850	87	4 447 615,97	180 363,00	115 277,41	4,06	3,74	1 512 691,45	
10	0850	37	4 307 295,24	1 721 081,81	282 016,03	39,96	11,41	1 947 059,31	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1296	325564512,2	92446437,25	162143441,7	268,07	336,73	45670958,28	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			14443 495 687						
2013									
NOME	CAEI	EMPREGADOS	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Valor Acrescentado Bruto (VAB)	
1	0830	396	113 428 329,98	24 911 734,19	52 308 314,24	21,96	60,29	25 844 945,12	
2	0810	162	95 090 775,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 526 639,00	
3	0830	157	33 270 592,00	910 397,00	10 997 912,00	2,74	50,61	12 537 567,00	
4	0833	55	23 978 819,47	4 146 433,70	4 549 661,82	17,29	22,17	3 335 076,96	
5	0840	150	20 614 103,72	4 714 540,03	2 896 826,32	22,87	17,05	4 790 479,24	
6	0822	197	12 497 883,36	6 571 633,81	3 137 534,66	52,58	33,84	3 963 136,18	
7	0830	96	5 935 429,92	1 495 332,73	1 892 323,17	25,02	45,33	2 159 789,73	
8	0840	33	5 552 171,67	2 124 632,85	1 185 516,89	38,18	26,36	1 486 523,96	
9	0850	36	3 905 972,75	1 631 308,25	239 278,16	41,76	8,74	1 333 014,20	
10	0850	61	2 636 877,27	23 859,00	25 676,98	0,88	1,25	117 672,93	
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		1303	318980955,1	46530071,46	77232652,24	223,58	266,64	60154904,29	
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)									

Indústria das bebidas								
2010								
NOME	CAE1	IPREGAD	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Acrescentado Bruto
1	11050	15	458 856 997,00	123 303 351,00	34 871 042,00	26,87	10,24	125 476 931,00
2	11021	181	27 779 539,00	15 335 789,00	575 468,00	55,21	3,46	10 466 831,00
3	11021	35	2 162 074,28	432 574,75	45 262,80	20,01	2,01	-372 782,97
4	11013	9	672 982,58	9 184,82	23 400,00	1,36	9,13	389 868,30
5	11013	7	455 677,48	9 091,20	0,00	2,00	0,00	289 767,95
6	11021		36523,34	0	0	0	0	-8457,78
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	243	489963793,7	139089990,8	35515172,8	105,45	24,84	136242147,7
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			2 877 021 650					
2011								
NOME	CAE1	IPREGAD	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Acrescentado Bruto
1	11050	1046	448 267 025,00	142 193 283,00	41 309 992,00	31,72	11,67	105 152 583,00
2	11021	181	26 757 095,00	15 906 088,00	1 032 743,00	59,45	6,46	10 175 709,00
3	11013	10	1 170 188,47	23 056,78	106 061,92	1,97	12,91	366 708,21
4	11013	6	689 450,73	8 671,71	27 889,70	1,26	8,89	403 821,64
5	11021	5	340 325,98	28 126,05	0,00	8,26	0,00	108 650,51
6	11021	6	101039,94	27,57	22373,98	0,03	5,12	-99735,06
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	1254	477325125,1	158159253,1	42499060,6	102,69	45,05	116107737,3
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			2 926 297 896					
2012								
NOME	CAE1	IPREGAD	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Acrescentado Bruto
1	11050	9761	458 986 576,00	164 484 496,00	36 058 809,00	35,99	9,84	101 068 814,00
2	11021	168	26 892 307,00	17 216 459,00	1 138 727,00	64,02	7,12	10 542 009,00
3	11013	12	1 289 508,25	45 613,68	124 383,39	3,54	13,26	393 540,72
4	11013	6	782 860,87	14 176,41	63 921,20	1,81	16,13	412 832,14
5	11021	5	528 215,21	137 177,30	4 745,33	25,97	0,70	175 951,52
6	11021	6	89250,32	259,33	11341,97	0,29	5,1	-102536,32
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	1173	486 569 317,65 €	181 898 181,72 €	37 421 927,89 €	131,62	52,15	112490611,1
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			2 931 271 191,00 €					
2013								
NOME	CAE1	IPREGAD	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Acrescentado Bruto
1	11050	931	418 796 978,00	134 258 003,00	28 601 776,00	32,06	8,68	94 578 952,00
2	11021	159	28 686 064,00	18 411 512,00	1 124 029,00	64,18	6,47	11 311 277,00
3	11021	7	1 465 094,14	0,00	93 829,19	0,00	5,13	286 737,76
4	11013	12	1 343 503,86	955,76	140 315,39	0,07	13,14	308 959,21
5	11013	6	952 717,39	0,00	73 110,80	0,00	13,80	501 766,02
6	11021	8	106 843,03	276,19	5 390,74	0,26	1,61	-121 831,30
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	1123	451351200,4	152670747	30038451,12	96,57	48,83	106865860,7
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)								

Ilustração 19: Dados relativos às empresas do subsetor C-110: Indústria das bebidas
Fonte: Elaboração própria

Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos								
2010								
NOME	CAE1	IPREGAD	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Acrescentado Bruto
1	46311	4	17 195 640,80 €	11 950 240,05 €	4 027 170,20 €	69,50	29,92	1 062 260,81 €
2	46332	23	9 857 727,26 €	2 789 076,88 €	2 614 557,68 €	28,29	27,40	607 950,55 €
3	46311	21	9 608 944,95 €	770 582,49 €	4 796 084,20 €	8,02	53,13	726 194,59 €
4	46331	12	2 030 959,57 €	588 085,49 €	75 885,38 €	28,96	3,94	361 948,27 €
5	46311	38	2 008 795,66 €	0,00 €	63 148,82 €	0,00	6,27	997 337,02 €
6	46370	1	39 595,97 €	24 249,00 €	0,00 €	61,24	0,00	-11 666,04 €
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS	TOTAL	99	40 741 664,21 €	16 122 233,91 €	11 576 846,28 €	196,01	115,33	3 744 025,20 €
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			17 321 724 184,00 €					
2011								
NOME	CAE1	IPREGAD	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Acrescentado Bruto
1	46331	5	14 465 414,68 €	7 665 252,34 €	3 966 570,23 €	52,99	28,52	591 790,68 €
2	46332	25	12 325 331,63 €	6 010 926,98 €	2 219 280,76 €	48,77	18,95	778 994,86 €
3	46311	22	11 298 183,15 €	595 964,49 €	5 256 837,60 €	5,27	49,69	762 794,04 €
4	46311	22	3 220 578,37 €	0,00 €	0,00 €	0,00	0,00	461 707,47 €
5	46311	38	1 935 981,61 €	0,00 €	290,00 €	0,00	0,03	865 234,84 €
6	46370	4	141 611,31 €	12 265,75 €	0,00 €	8,66	0,00	78 865,66 €
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		116	43 387 100,75 €	14 284 409,56 €	11 442 978,59 €	115,69	97,19	3 539 387,55 €
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			16 941 168 180,00 €					
2012								
NOME	CAE1	IPREGAD	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Acrescentado Bruto
1	46332	25	16 542 951,28 €	10 770 811,92 €	4 720 240,07 €	65,11	29,92	1 017 743,87 €
2	46331	10	16 011 415,09 €	9 097 371,40 €	4 659 599,05 €	56,82	30,38	803 895,42 €
3	46311	21	11 888 096,86 €	658 491,03 €	6 533 597,10 €	5,54	59,24	903 561,67 €
4	46311	20	4 381 314,81 €	1 752 525,53 €	602 729,62 €	40,00	18,02	1 043 525,27 €
5	46311	36	1 605 435,49 €	0,00 €	1 203,18 €	0,00	0,13	683 195,28 €
6	46370	6	302 840,12 €	11 918,72 €	0,00 €	3,94	0,00	152 835,17 €
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		118	50 732 053,65 €	22 291 118,60 €	16 517 369,02 €			4 604 556,68 €
VN TOTAL DO GRUPO (INE 2015)			16 359 560 394,00 €					
2013								
NOME	CAE1	IPREGAD	Vendas e serviços prestados	Exporta - Total	Importa - Total	Exporta - (%)	Importa - (%)	Acrescentado Bruto
1	46332	30	26 138 283,15 €	17 963 313,14 €	14 643 381,93 €	68,72	57,71	1 083 395,33 €
2	46331	10	17 477 522,07 €	8 823 683,51 €	6 586 378,88 €	50,49	37,76	663 667,60 €
3	46311	21	12 756 315,20 €	224 314,19 €	7 335 753,89 €	1,76	61,48	897 368,29 €
4	46311	25	3 048 314,99 €	357 886,91 €	135 891,44 €	11,74	5,46	601 317,37 €
5	46311	36	1 403 430,96 €	0,00 €	15 131,71 €	0,00	1,27	636 989,05 €
6	46370	8	259 821,21 €	14 827,24 €	1 358,44 €	5,71	0,94	152 068,47 €
VN TOTAL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS		130	61 083 687,58 €	27 384 024,99 €	28 717 896,29 €	138,42	165,32	4 034 806,11 €

Ilustração 20: Dados relativos às empresas do subsetor G-463: Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos
Fonte: Elaboração própria

Anexo E: Lista das empresas associadas em 2015

Associado da PortugalFoods	Website
A. Pires Lourenço & Filhos S.A.	www.apireslourenco.pt
ADRAVE-Agência para Desenvolvimento Regional do Vale do Ave	www.adrave.pt
AgroAguiar- Agroindústria S.A.	www.agroaguiar.pt
APCER Associação Portuguesa de Certificação	www.apcergroup.com
Apisland, Unipessoal, Lda	
Aveleda S.A.	www.aveleda.pt
BFruit S.A.	www.bfruit.pt
Bicafé - Torrefação e Comércio de Café, Lda	www.bicafecapsulas.com
Biocaracol	www.biocaracol.com.pt

(Paulo & Isabel Fragoso, Lda.)	
Bioinvitro Biotecnologia, Lda	www.bioinvitro.com
Bísaro - Salsicharia Tradicional, Lda.	www.bisaro.pt
Bivalvia - Mariscos da Formosa, Lda.	www.bivalvia.pt
Blue Line - Estratégias de Gestão e Marketing Unipessoal, Lda.	www.blueline.pt
Brilha Alimentar Lda.	www.brilha.com
Cantinho das Aromáticas, Lda.	www.cantinhodasaromaticas.pt
Carnes Landeiro, S.A.	www.carneslandeiro.pt
Casa Lucena, Portugal - Produtos Alimentares, Lda.	www.casalucena.pt

Casa da Prisca-Salsicharia Trancosense, Lda.	www.casadaprisca.com
Casa de Penalva (Nuno Azeredo Unipessoal, Lda.)	www.casadepenvalva.com
Cerealís Produtos Alimentares S.A.	www.cerealís.pt
Chocolame-Produtos Alimentares, Lda.	www.chocolame.pt
CISTER-Industria Produtos Alimentares Lda.	www.raimundomaia.com
COFISA - Conversas de Peixe da Figueira S.A.	www.cofisa.pt
Comifrio - Produtos Pré-Cozinhados, S.A.	www.comifrio.com
Comtemp - Companhia dos Temperos, Lda.	www.comtemp.com.pt

Condi Alimentar S.A.	www.condi.pt
Conservas Pinhais - Pinhais e C ^a , Lda.	www.pinhais.pt
Conservas Portugal Norte, Lda.	www.portugalnorte.com
Conserveira do Sul, Lda.	www.consul.pt
Cyspresso	
DanCake Portugal S.A.	www.dancake.pt
Decorgel Produtos Alimentares Unipessoal, Lda.	www.decorgel.pt
Delta Cafés	www.delta-cafes.pt
Derovo Derivados de Ovos S.A.	www.ddo-ovoprodutos.com
Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	www.docapesca.pt
Douromel- Fábrica de Confeitaria, Lda.	www.douromel.com

Du Bois De La Roche (Portugal)- Agro-Alimentar, Lda.	www.duboisdelaroche.pt
Ernesto Morgado S.A.	www.patoreal.pt
EstrelaCOOP, CRL - Coop. Produtores de Queijo da Serra da Estrela	www.estrelacoop.pt
Fábrica de Conservas "A Poveira" S.A.	www.apoveira.pt
Fábrica de Conservas La Gondola Lda	www.conservaslagondola.pt
Fabridoce	www.fabridoce.pt
Ferbar - Produtos Alimentares, Lda.	www.ferbar.com
Ferraz & Ferreira	www.ferrazferreira.com.pt
Fórmula da Avó, Lda - Egglicious	www.egglicious.pt
Framboesóparty, Lda	

Fromageries Bel Portugal S.A.	www.belportugal.pt
Frueat - Produtos Alimentares, Lda.	www.fruut.pt
FRULACT - SGPS S.A.	www.frulact.pt
Frutóbidos Licores e Transformação de Frutas, Lda.	www.frutobidos.pt
Gelcampo-Ultracongelados S.A.	www.gelcampo.com
Germen - Moagem de Cereais S.A.	www.germoagem.pt
Grupo PRIMOR	www.primor.pt
H. Seabra - Frio Industrial, S.A.	www.hseabra.seabraglobal.com
Hands on Earth, Lda.	www.handsonearth.com.pt
Herdade da Madeira Velha Agro-Alimentar, Lda.	www.herdadedamadeiravelha.com

HotNuts Original (Lider Partner, Lda.)	www.hotnutsoriginal.com
Indulac - Indústrias Lácteas, S.A.	www.indulac.pt
Lacticínios das Marinhas Lda	www.lmarinhas.pt
Lacticínios MAF, Lda	www.lactimaf.com
Lactilouro, Lda	www.domvillas.pt
LIPORFIR - Produtos Alimentares, S.A.	www.liporfir.pt
Lusiteca - Produtos Alimentares, S.A.	www.lusiteca.pt
Maçarico S.A.	www.macarico.com
Mais Ervas (TouchFlowers)	www.maiservas.pt
Manuel Serra S.A.	www.serrata.pt
Maxiprimus, Lda.	www.maxiprimus.pt
Mendes Gonçalves S.A.	www.mendesgoncalves.pt

Minhofumeiro Enchidos e Fumados à Moda de Ponte de Lima, Lda.	www.minhofumeiro.pt
Mistolin S.A.	www.mistolin.pt
Nata Pura (Black & Yellow, Lda.)	www.natapura.com
Novarroz - Produtos Alimentares S.A.	www.novarroz.pt
Nutricafés S.A.	www.nutricafes.pt
Nutrigreen S.A.	www.nutrigreen.pt
Oliveiras Gold Portugal, Lda	www.oliveirasgoldportugal.pt
Olivais do Sul - Soc. Agro-pecuária, Lda	www.olivaidsosul.com
Organic Nature - Forest Organic Products Unipessoal, Lda	www.organicnature.eu
Panicongelados - Massas Congeladas, S.A.	www.panidor.pt

Panificadora Marques Filipe, Indústria de Panificação, Lda.	www.marquesfilipe.com
Panike - Industria de Produtos Alimentares Ultracongelados S.A.	www.panike.pt
Pascoal & Filhos S.A.	www.pascoal.pt
Pastelnor - Industria e Inovação Alimentar Lda.	www.pastelnor.com
Plásticos Futura, Lda.	www.plasticos-futura.com
Porto Union, Lda.	www.portounion.com
Prodigious Mountain, Lda.	www.prodigious-mountain.com
PROSA, Produtos e Serviços Agrícolas S.A.	www.prosa.pt

Queijos Lagos - Queijos e Derivados Lda.	www.queijoslagos.com
Queijos Tavares, S.A.	www.queijostavares.pt
Queijo Saloio-Industria de Lacticínios S.A.	www.queijosaloio.pt
Quinta da Pacheca, Soc. Agrícola e Turística, Lda	www.quintadapacheca.com
Quinta de Religiões	www.quintadereligaes.com
Quinta dos Ingleses	www.quintadosinglesees.com
Quinta dos Jugais Lda.	www.jugais.com
Ramirez & CA (Filhos) S.A.	www.ramirez.pt
RAR – Holding SGPS	www.rar.com
RAR – Refinarias de Açucar Reunidas S.A.	www.rar.com
RealSabor	www.realsabor.pt
(Alfredo da Silva Barbosa)	

Rogério Leal & Filhos S.A.	www.rogerioleal.pt
Senras Dairy	www.queijosenras.com
Sense Test- Sociedade de Estudos de Análise Sensorial a Produtos Alimentares Lda.	www.sensetest.pt
Simões Lda.	www.simoeslda.pt
Sociedade Agrícola do Conde, Unipessoal Lda.	www.quintavaledodoconde.pt
Sociedade Água de Monchique S.A.	www.aguamonchique.pt
Sunlover, S.A.	www.drinksunlover.com
SUTOL - Indústrias Alimentares, Lda.	www.sutol.pt
Tété II - Produtos Lácteos, Lda	www.tete.pt
UNICER Bebidas S.A.	www.unicer.pt

VHumana S.A.	www.vhumana.pt
Vida Sadia, Unipessoal, Lda.	www.vidasadia.pt
Vieira de Castro - Produtos Alimentares S.A.	www.vieiradecastro.com
Vizelpas-Comércio de Artigos Plásticos, Lda.	www.vizelpas.pt
Xarão - Companhia Portuguesa de Licores, Lda.	www.xarao.pt
Entidades do Sistema Científico Nacional	
Instituto de Biologia Experimental e Tecnológica	www.ibet.pt
Instituto Piaget	www.ipiaget.org
Instituto Politécnico de Bragança	www.ipb.pt
Instituto Politécnico de Viana do Castelo	www.ipv.pt

Instituto Superior de Agronomia da Universidade Técnica de Lisboa	www.isa.utl.pt
Instituto Superior Engenharia do Porto	www.isep.ipp.pt
Instituto Superior Técnico da Universidade Técnica de Lisboa	www.ist.utl.pt
Universidade Católica Portuguesa	www.porto.ucp.pt
Universidade de Aveiro	www.ua.pt
Universidade do Minho	www.uminho.pt
Universidade do Porto	www.up.pt
Universidade Trás-os-Montes e Alto Douro	www.utad.pt

*Ilustração 21: Tabela com o nome e site oficial dos Associados à data de 31 de Agosto de 2015
Fonte: site oficial da PortugalFoods*

Anexo F – Empresas (nº) por Atividade Económica (classe, CAE-Ver.3)

Empresas(nº) por actividade económica (Classe - CAE Rev.3)	Periodo de referência dos dados		
	2010	2011	2012
Abate de animais, preparação e conservação de carne e de produtos à	648	646	626
Preparação e conservação de peixes, crustáceos e moluscos	180	169	166
Preparação e conservação de frutos e de produtos hortícolas	220	230	258
Indústria de laticínios	394	385	384
Fabricação de produtos de padaria e outros produtos à base de farinha	6557	6485	6359
Fabricação de outros produtos alimentares	555	557	564
Indústria das bebidas	1194	1215	1223
Comércio por grosso de produtos alimentares, bebidas e tabaco,	9907	9745	9432

*Ilustração 22: Empresas (N.º) por Atividade Económica (Classe - CAE Rev. 3)
Fonte: INE, (2015)*